

RAPPORT ANNUEL 2023

ANNUAL REPORT

INVEST IN
PROVENCE



25 ans



PROVENCE
PROMOTION

AIX
MARSEILLE
PROVENCE
CCI AIX MARSEILLE
PROVENCE

SOMMAIRE

Contents



p. 4-7

Éditos
Editorials

1

p. 8-21

Qui sommes-nous ?
Who are we?

2

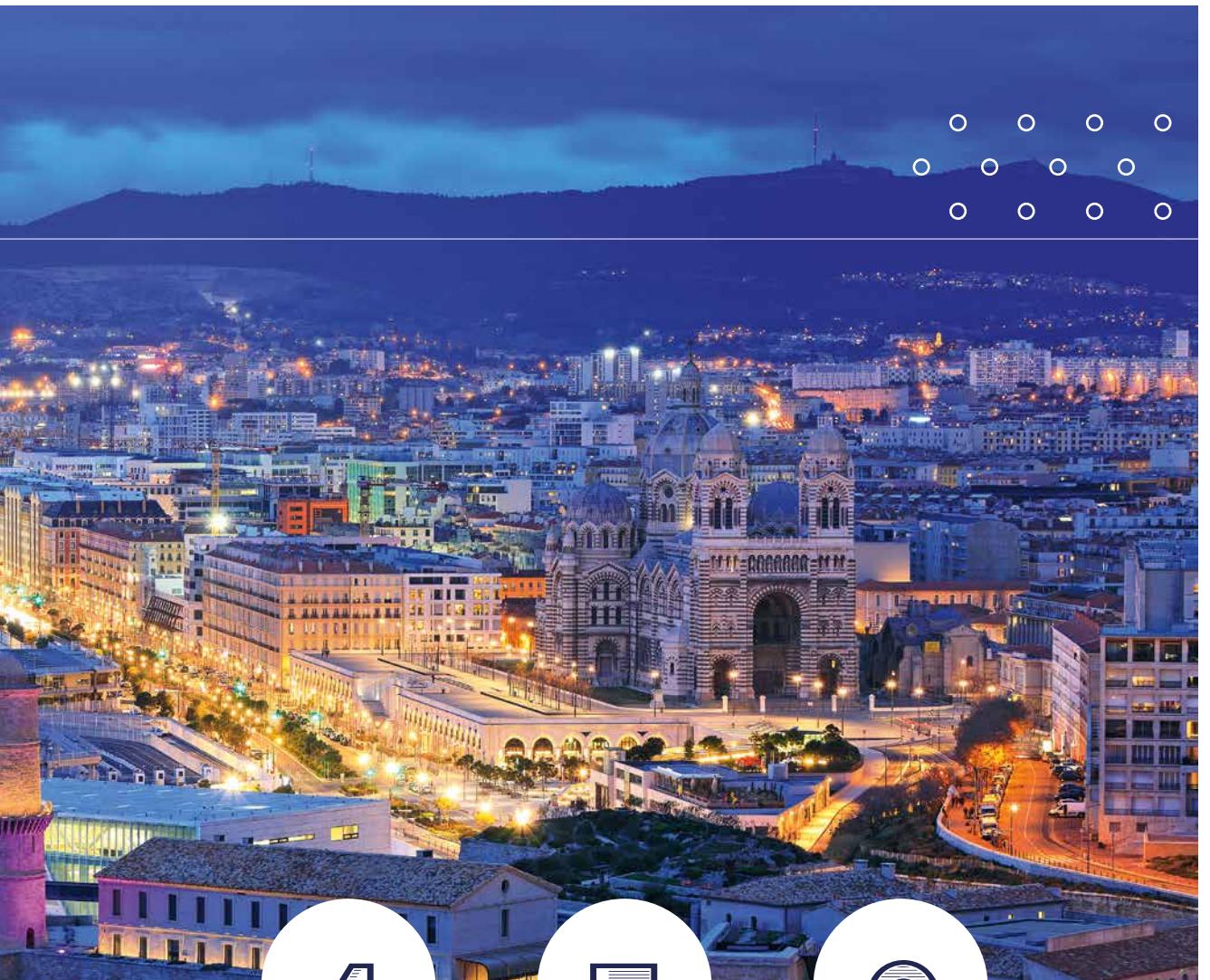
p. 22-39

Nos résultats & actions
Our results & actions

3

p. 40-47

Le Mag
The Mag



4

p. 48-57

Notre feuille de route 2022-2024
Our roadmap 2022-2024

5

p. 58-65

Les raisons d'investir en Provence
Reasons to invest in Provence

6

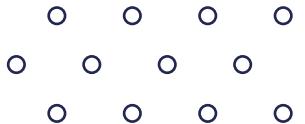
p. 66-69

**Nos interlocuteurs et outils
au service des investisseurs**
*Our team and resources to
serve investors*

ÉDITOS

Editorials





Dans un contexte international très compliqué avec une reprise économique difficile due à la crise sanitaire, le déclenchement d'une guerre sur notre continent ou encore une inflation record faisant exploser les taux d'intérêt, Provence Promotion a su maintenir le cap de 2021 qui avait été notre plus belle année depuis 10 ans, en termes d'attraction d'entreprises.

La force et l'engagement de nos équipes nous ont permis de faire presque aussi bien que l'année précédente, voire parfois mieux dans certains secteurs. Avec 77 projets d'investissements attirés qui ont généré 2039 emplois, la Métropole Aix-Marseille-Provence n'a cessé d'être attractive. Bien que la filière numérique demeure la plus forte comme ces dernières années, ce sont les entreprises du secteur maritime et logistique qui se révèlent cette année, avec plus de 600 emplois qui seront source de richesse pour ce secteur si stratégique pour notre métropole. Ces bons chiffres sont notamment intéressants à regarder de plus près. Avec près de la moitié de projets venant de l'international, la Provence se place comme le bon élève de l'attractivité française, leader en attraction de projets étrangers depuis quatre ans désormais. De plus, et c'est intéressant de le noter, ce sont les entreprises étrangères qui ont créé le plus d'emplois sur notre territoire. Elles représentent près de 60 % des emplois nouveaux, à l'image des 200 qui seront créés à Port-Saint-Louis-du-Rhône par le Britannique EP Group, leader européen du packaging.

En 2023, notre effort de prospection doit et va s'accentuer. À l'heure où de nombreuses entreprises réfléchissent à relocaliser leur activité en Europe à cause du Brexit, au moment où les aspirations des collaborateurs d'entreprises ne sont plus dans les capitales d'affaires, ou à l'heure où le marché africain devient stratégique pour chaque société, Provence Promotion se doit de placer Aix-Marseille-Provence au cœur de l'échiquier mondial.

Bernard Deflesselles,

Président de Provence Promotion
Député Honoraire
Conseiller Métropolitain Aix-Marseille-Provence

*President of Provence Promotion
Member of the National Assembly for the Bouches-du-Rhône
Metro councilor*

Despite a complicated international context that included the difficult economic recovery after the pandemic, the outbreak of a war on our continent, and record inflation that caused interest rates to soar, Provence Promotion still achieved successful results for 2022. In fact, the agency was able to maintain its 2021 performance, which had been our best year in the past decade in terms of attracting companies and investment to our territory.

The energy and commitment of our teams allowed us to match performances from the previous year and even improve in some sectors. With 77 investment projects attracted to Aix-Marseille-Provence that generated 2039 jobs, our metro area has clearly remained a highly attractive destination for investment. As in recent years, the digital sector is the most substantial source of investment, but incoming maritime and logistics companies really stood out in 2022 by creating more than 600 jobs. These jobs will be a source of continued prosperity in the sector, which is so strategic for our metro area. Provence Promotion's positive numbers are particularly interesting when examined more closely. With almost half of the projects coming from abroad, Provence is the top-ranked territory in France for this category of investment, and it has been the French leader in the percentage of international projects it attracts for each of the past four years. Moreover, and this is interesting to note, international companies have created the highest percentage of jobs in our territory. In total, they account for almost 60% of new jobs related to inward investment thanks to developments such as the 200 jobs that will be created at a new manufacturing facility in Port-Saint-Louis-du-Rhône that will be opened by Britain's EP Group, which is the European leader in packaging.

In 2023, our prospecting effort must and will intensify. At a time when many companies are thinking of relocating their activities to Europe because of Brexit, at a time when the aspirations of company employees are no longer fulfilled in traditional business capitals, and at a time when the African market is becoming strategic for every company, Provence Promotion has a responsibility to ensure that Aix-Marseille enjoys its rightful place at the center of the world stage.



ÉDITOS

Editorials



Les résultats 2022 de Provence Promotion placent notre agence et notre territoire sur le podium français en création d'emplois.

Avec nos nouveaux très bons résultats, cette année figure dans le top 3 des meilleurs résultats de l'agence, et ce malgré le contexte actuel difficile que l'on connaît.

Dans un contexte de forte progression du nombre d'emplois en France, notamment après la crise Covid, Aix-Marseille-Provence se positionne comme leader des territoires français où l'emploi a connu la plus forte croissance sur la période 2019-2022.

En occupant la deuxième marche du podium, ex aequo avec le Grand Lyon et juste derrière le Grand Paris, ce sont près de 25 000 emplois nets supplémentaires qui ont été créés sur le Département des Bouches-du-Rhône en trois ans. Preuve des actions déterminantes de nos équipes, 4 800 emplois ont directement été générés par l'attraction d'entreprises que Provence Promotion est allée chercher et a convaincues de s'installer sur ce laps de temps.

De nombreux enjeux se dessinent pour l'année à venir. Avec des événements internationaux comme la Coupe du monde de rugby à l'automne ou encore la préparation de l'accueil de certaines épreuves des Jeux olympiques 2024, notre territoire aura une visibilité mondiale qu'il faudra saisir pour démontrer que la Provence est le territoire où se jouent les défis du monde de demain.

Jean-Luc Chauvin,

Vice-Président de Provence Promotion
Président de la CCI Métropolitaine Aix-Marseille-Provence

Vice President of Provence Promotion

President Chamber of Commerce and Industry Aix-Marseille-Provence

Provence Promotion's 2022 results have helped place the agency and the territory in the Top 3 in France in terms of job creation.

With the agency's latest strong results, which were achieved despite this year's challenging environment, 2022 ranks among its top three performances.

The impact of the agency's ability to successfully attract projects and especially jobs to the territory can be seen in the growth in the number of employees in the Aix-Marseille-Provence metro area. Thanks to its economic development efforts, Aix-Marseille-Provence is ranked in the Top 3 territories for employment growth in France between 2019 and 2022. In total, close to 25 000 net additional jobs have been created in Provence over three years, which means Aix-Marseille is tied for second place with the Grand Lyon metro area and just behind the Grand Paris metro area. Provence Promotion's role in this success is clear, as 4 800 of these jobs were directly generated by companies that our teams identified and persuaded to move to the territory.

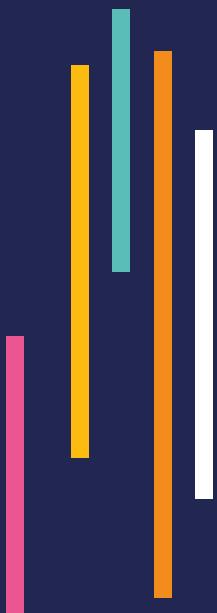
Many big projects await us in the coming year. With international events such as the Rugby World Cup in the autumn and the preparations to host events for the 2024 Olympic Games, our territory will enjoy worldwide visibility. We will have to seize this opportunity to show that Provence is shaping both the economy and the world of the future.



1

QUI
SOMMES-NOUS ?

WHO ARE WE?



NOS MÉTIERS AU SERVICE DES INVESTISSEURS

Our expertise at the service of investors

Nous sommes une équipe de 23 personnes, organisée autour de trois métiers qui s'adressent aux entreprises porteuses d'un projet :

We are a team of 23 experts focused on three core missions to help companies with their investments.



Experts sectoriels

pour notre prospection
qui ouvrent aux investisseurs
les portes des écosystèmes
du territoire.

Sector-based prospecting

*that introduces investors
to the territory's dynamic ecosystems
and business networks.*



Conseils en implantation

pour la recherche
des meilleurs scénarios
de localisation.

Company location consulting

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



Professionnels de la communication

qui mettent en valeur les entreprises
ayant choisi d'investir
sur le territoire pour faciliter
leurs recrutements
et leur développement.

Business communication

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

Par ailleurs, Provence Promotion rassemble les collectivités, les organisations professionnelles, les aménageurs économiques, les principales entreprises signatures mondiales ainsi que les institutions académiques dans un programme d'influence collective du territoire. Le secrétariat général assure la vie de l'association et la mobilisation de tous.

In addition, Provence Promotion brings together local governments, economic organizations, development agencies, academics institutions 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.



Depuis 25 ans, Provence Promotion
est l'interlocuteur des entreprises
qui veulent investir en Provence.



For 25 years, Provence Promotion has
served as the contact agency for companies
seeking to invest in new projects.

NOTRE ÉQUIPE

Our team

PRÉSIDENCE / Presidency



Bernard Deflesselles,
Président



Jean-Luc Chauvin,
Vice-président

**PROVENCE
PROMOTION**
the invest in Provence agency

DIRECTION GÉNÉRALE / Executive Office



Philippe Stéfanini



Matthieu Vis



Emmanuelle Veglia

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL / General Secretariat



Yves Faverjon



Philippe Latte



Helen Rasmussen

PROSPECTION ET FILIÈRES / Prospecting and sectors



Christophe Perez



Laetitia Biciaci



Catherine Serre



Nicolas Cambazard



Erik Fackeldey



Gayané Shahinyan



Natalia Gestwa-Chudinova



Sophia Mabrouk

IMPLANTATION ET OFFRE TERRITORIALE / Business launch and territorial services



Laurence Soldermann



Salima Chelabi



David-Alexandre Pereira



Isabelle Laboucheix



Maribel Sierra

MARKETING ET COMMUNICATION / Marketing and communication



Alexandre Venec



Églantine Vallette



Sophie Cachard



NOS MISSIONS ET VALEURS

Our missions and values



OUVERTURE D'ESPRIT

Open-Mindedness

Notre équipe est enthousiaste et multiculturelle avec neuf langues parlées.

Our enthusiastic and multicultural team can accommodate business leaders in nine different languages.



ÉCOUTE

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.



« Les équipes de Provence Promotion nous ont accompagnés lors de l'installation et dans le recrutement de nos collaborateurs. L'agence nous a également aidé à gagner en visibilité pour développer nos relations avec des industriels du territoire. »

« Provence Promotion team helped us get established recruit employees and create contacts with institutional partners. The agency also helped us to gain visibility in order to develop our relationships with local industrialists. »

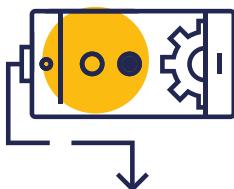
Stéphane Perinelle,
Directeur de la stratégie et du développement
Head of Strategy & Development, Ansaldo Nucleare

NOS PARTENAIRES

Our partners

Les partenaires de Provence Promotion sont mobilisés pour réussir la création, l'installation d'une nouvelle activité ou la reprise d'une entreprise.

Provence Promotion's partners ensure a successful creation, relocation, or transfer of a business.



INSERTION DANS L'ÉCOSYSTÈME 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.

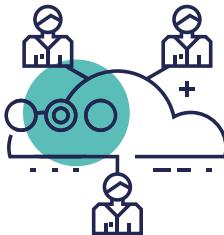


LIVING & WORKING IN PROVENCE

Employee mobility assistance

Prefecture, Office Français de l'Immigration et de l'Intégration (OFII), Métropole Aix-Marseille-Provence, Communautés Arles Crau Camargue Montagnette, Terre de Provence et Vallée des Baux-Alpilles, Welcome Office ITER, consulates, 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...



AIDE AU RECRUTEMENT

Hiring assistance

RisingSUD, cabinets de recrutement.

RisingSUD, recruitment agencies.



FAISABILITÉ JURIDIQUE ET ÉCONOMIQUE

Legal and business feasibility study

Avocats d'affaires, cabinets d'audit.

Business lawyers, auditing firms.

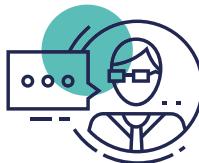


START IN PROVENCE

Business start-up

Marseille Innovation, Pays d'Aix Développement, incubateurs Impulse et Belle de Mai, business accélérateurs, espaces de coworking, CISAM, Accélérateur M.

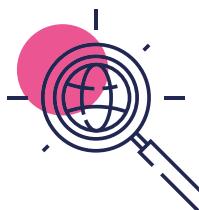
Marseille Innovation, Pays d'Aix Développement, Impulse and Belle de Mai incubators, business accelerators, co-working sites CISAM, Accélérateur M.



GO BETWEEN IN PROVENCE

Business transfer

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



RECHERCHE DE FINANCEMENT

Financing

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

RisingSUD, Région SUD Provence-Alpes-Côtes d'Azur, Aix-Marseille-Provence Metro Area, Sud Invest, Provence Business Angels...



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...





TÉMOIGNAGES

Testimonials

« Ardagh qui possède 65 sites dans le monde a choisi La Ciotat parmi plusieurs localisations européennes en raison de la proximité du marché, du savoir-faire et du soutien financier à hauteur de 3,8 M€. Provence Promotion a soutenu le projet auprès de l'Etat pour l'obtention de l'aide Résilience et nous a orientés vers les dispositifs de soutien de Bpifrance et de Région Sud Attractivité. »

« Ardagh, which has 65 sites worldwide, chose La Ciotat over several other European locations because of its proximity to the markets, its onsite expertise, and the €3.8 million in financial support it received. Provence Promotion supported the project through its connections with the subprefecture's economic recovery programme and by helping obtain subsidies through the DREETS regional economic development and employment office's business resiliency system. Provence Promotion also helped us identify support mechanisms available through Bpifrance and Région Sud Attractivité. »

Olivier Barra,
Directeur de l'Usine de La Ciotat,
Director of the Factory in La Ciotat

« C'est une région marquée par un bassin d'emploi particulièrement dynamique où sont implantés les plus grands logisticiens et chargeurs internationaux. L'aide de Provence Promotion est précieuse à la fois pour identifier le potentiel de développement et pour la mise en relation avec les principaux acteurs de l'emploi, les syndicats professionnels de transporteurs et association de logisticiens. »

« This region is characterized by a particularly dynamic employment basin that is home to major international logistics companies and shippers. Provence Promotion provided invaluable help by identifying potential development opportunities and putting us in touch with the main stakeholders involved in the employment pool, such as trade unions for transporters and associations for logistics companies. »

Louis-Marie Becker,
Responsable Groupement Provence, 1pact,
Head of 1Pact's Provence division

NOS ADHÉRENTS

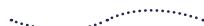
Our members

**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'activités et les
fédérations professionnelles, Business France,
Rising SUD.

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

**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, Aix-Marseille Université.



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,
risingSUD, Business France.*

*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, 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
Énergies, the Fos industrial platform (PIICTO),
and the regional OIR strategic sector program.*



ADHÉRENTS 2023

Members

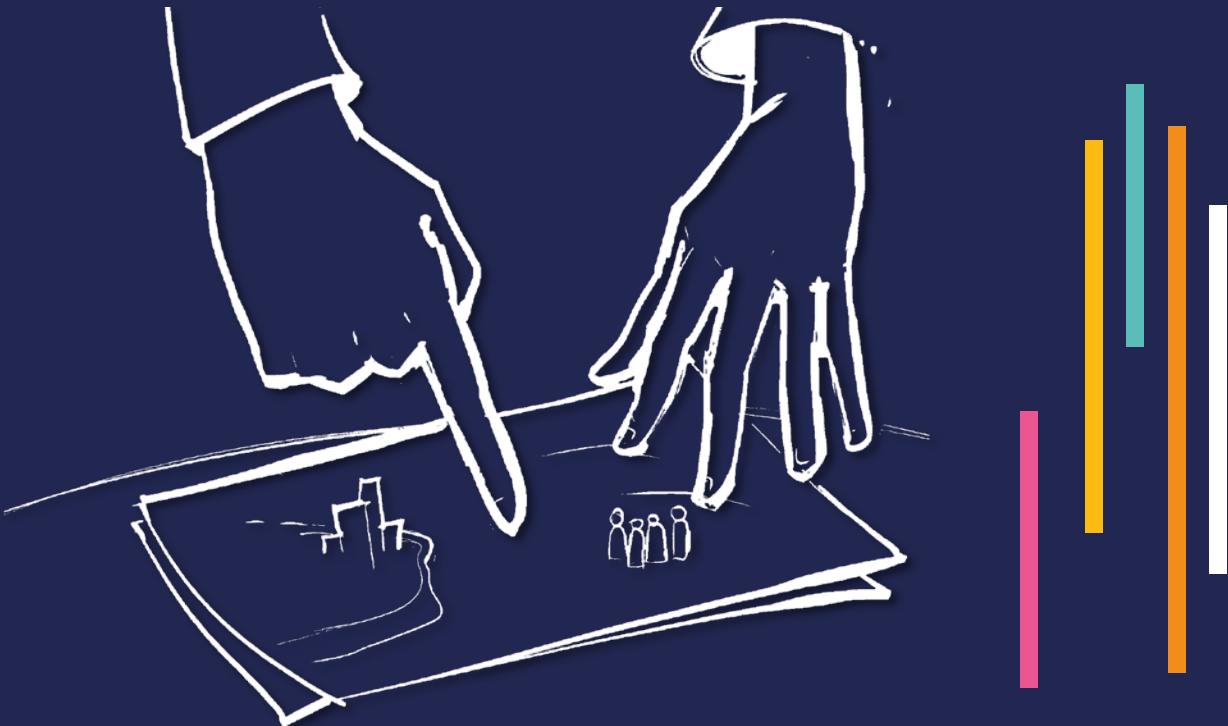
- I Chambre de Commerce et d'Industrie
Métropolitaine Aix-Marseille-Provence
- I Métropole Aix-Marseille-Provence
- I Conseil départemental des Bouches-du-Rhône
- I Région Sud Provence-Alpes Côte d'Azur
- I Chambre de Commerce et d'industrie du Pays
d'Arles
- I Communauté d'agglomération Arles Crau
Camargue Montagnette
- I Communauté d'agglomération Terre de Provence
- I Communauté de Communes Vallée des Baux-Alpilles
- I Établissement Public d'Aménagement
Euroméditerranée
- I Grand Port maritime de Marseille
- I Aéroport Marseille-Provence
- I Pays d'Aix Développement
- I La Ciotat Shipyards
- I Edf I Orange I Safim
- I Fédération Régionale des Industries
Agroalimentaires
- I France Chimie Méditerranée
- I Union des Industries et des Métiers
de la Métallurgie
- I Union pour les entreprises 13
- I Union maritime et fluviale



2

NOS RÉSULTATS & ACTIONS

OUR RESULTS & ACTIONS



ATTRACTION D'ENTREPRISES & EMPLOIS

Attracting companies and jobs



RÉSULTATS 2022



77

PROJETS D'INVESTISSEMENTS
ABOUTIS

Successful investment projects



2039

EMPLOIS CRÉÉS
ET PÉRENNAISÉS

Jobs created and maintained



DÉTECTOR

Identifying projects



69 

Missions de prospection
Market development missions

670

Entreprises rencontrées

Companies met

54 

Start in Provence
créateurs de projets exogènes
approchés

Outside business projects approached

28 

Go Between in Provence
Rapprochements d'entreprises

*Connections made
for business takeovers*



Projets aboutis
Successfully completed projects

366 

Réponses à des projets
repérés par le réseau Business France

*Dossiers handled for projects identified
by the Business France network*

ACCOMPAGNER

Supporting projects



159

projets accompagnés
projects supported

72

tours de table
des solutions RH et financières
appointments arranged for HR
and financing solutions

125

visites du territoire
organisées pour des entreprises
tours of the territory
organized for companies



RECHERCHER DES INVESTISSEURS

Searching for investors

1

pôle tertiaire supplémentaire avec Business Garden Vallée Verte - Marseille 11^e

1 additional services center with Business Garden Vallée Verte Marseille 11

1^{er}

programme d'immobilier biotech avec Doc City Life Science - Marseille 9^e

1st biotech real estate development with Doc City Life Science - Marseille 9



VALORISER

spotlighting projects

13

Accueils VIP sur le territoire

VIPS welcomed to the territory

29

Célébrations d'entreprises récemment installées

ceremonies to honor incoming companies

284

Citations presse suite à nos actions médias

media mentions generated by our communications

1 543

Nouveaux abonnés LinkedIn

new LinkedIn subscribers

48 396

Visites du site
investinprovence.com
website hits



LES PROJETS ET EMPLOIS ABOUTIS PAR PAYS

Successful projects and jobs by country

EN NOMBRE DE PROJETS ABOUTIS

In number of successful projects

55 %

Entreprises françaises

French companies

45 %

Entreprises étrangères

Foreign companies

EN NOMBRE D'EMPLOIS

In number of jobs

45 %

Entreprises françaises

French companies

55 %

Entreprises étrangères

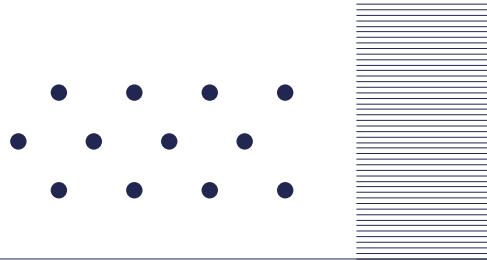
Foreign companies

Provence Promotion, première agence métropolitaine en France pour la part des entreprises étrangères dans ses résultats

L'équilibre entre l'attraction d'entreprises françaises et étrangères est relativement similaire aux trois années précédentes avec un nombre de projets venus de l'international qui se rapproche du nombre de projets français. En revanche, le nombre d'emplois créés par les entreprises étrangères est supérieur à celui de l'attraction d'entreprises françaises. Cela est notamment dû à la concrétisation de projets industriels comme celui d'EP Group et la future arrivée de ses 210 collaborateurs à Port-Saint-Louis-du-Rhône. La tendance 2023 place les USA comme le pays leader en termes d'investissements directs étrangers. Suivi de près par la Tunisie, qui confirme la place géostratégique de la métropole comme hub entre le continent européen et africain.

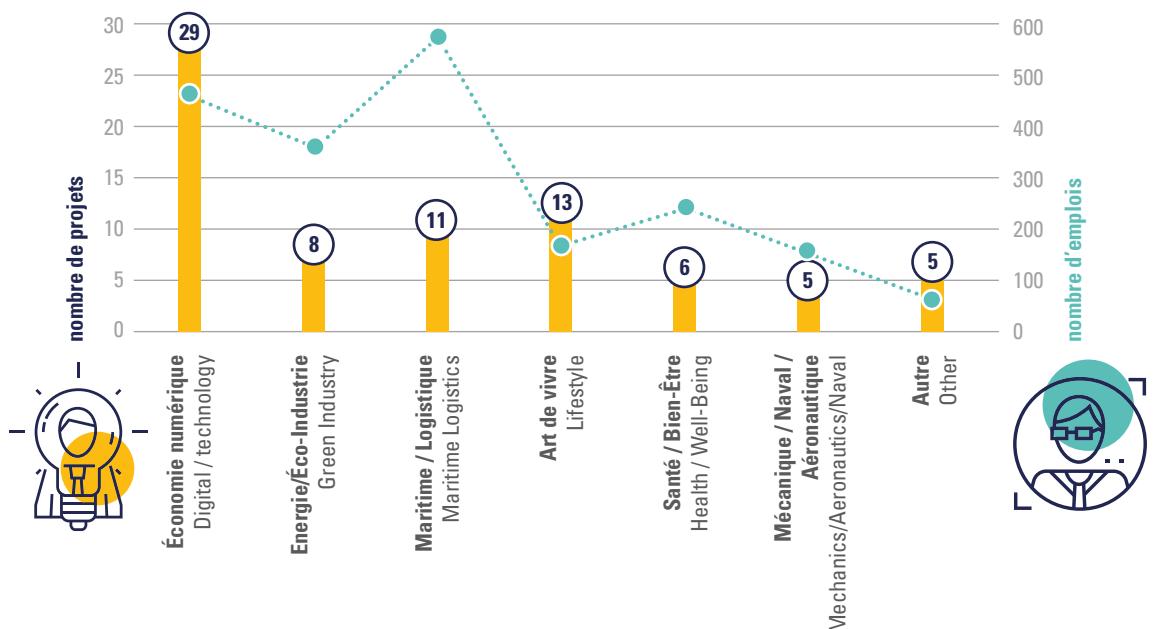
Provence Promotion, first metropolitan agency in France for attraction of FDI

The balance between investments from French and international companies in the Aix-Marseille territory has remained relatively stable over the three previous years, with the number of projects coming from abroad approaching the number of projects originating from within France. However, the number of jobs created by international companies is greater than the number created by French companies moving to the territory. This is notably due to the realization of large industrial projects, such as the production facility to be opened by EP Group in Port-Saint-Louis-du-Rhône that will eventually create 200 jobs. The 2023 job investment trend places the USA as the leading source of incoming projects to Provence, closely followed by Tunisia, which reflects the metro area's advantageous geostrategic position as a hub between the European and African continents.



COMPARAISON DE L'ATTRACTIVITÉ PAR FILIÈRES

Comparison of attractiveness by sector



ANALYSE

La majorité des projets attirés le sont sur les six filières d'excellence du territoire. Comme depuis quelques années maintenant, la part du numérique est nettement supérieure aux autres secteurs, représentant plus de 33 % des 75 projets aboutis en 2022. Ceci dit, il est important de remarquer la nette progression dans l'attraction d'investissements dans le secteur maritime et logistique. C'est la filière créant le plus d'emplois, et ce qui peut notamment s'expliquer avec les nombreuses missions de prospection auxquelles Provence Promotion a pris part, en collaboration avec le port de Marseille Fos. Enfin, la part des projets divers est également en progression, avec de nouveaux besoins qui font notamment suite aux périodes de crises économiques, sanitaires et géopolitiques de ces derniers mois.

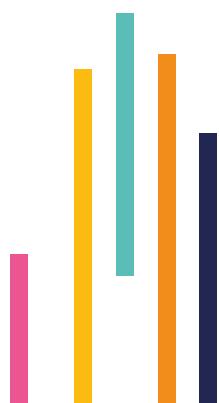
Analysis

The majority of the projects attracted to Aix-Marseille-Provence are connected to the territory's six sectors of economic excellence. As has been the case for several years now, the share of projects in the digital and tech sector is significantly higher than in other sectors, representing more than 33% of the 75 investment projects completed in 2023. That said, it is essential to note the obvious progress made in attracting investments in the maritime and logistics sector, which is the sector that creates the most jobs. This progress is due to the numerous prospecting missions that Provence Promotion has undertaken in collaboration with the Port of Marseille Fos. Finally, the share of miscellaneous projects is also on the rise, with new needs arising as a result of the economic, health, and geopolitical crises that have emerged in recent times.

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

Sources of foreign investment

PAYS <i>country</i>	NOMBRE DE PROJETS <i>projects</i>	EMPLOIS CRÉÉS <i>jobs created</i>
France	42	906
Tunisie – Tunisia	7	62
USA	6	250
Royaume-Uni – United Kingdom	3	250
Pays-Bas – The Netherlands	3	225
Espagne – Spain	3	30
Belgique – Belgium	2	110
Suisse – Switzerland	2	75
Italie – Italy	2	31
Danemark – Denmark	1	15
Liban – Lebanon	1	30
Corée du Sud – South Korea	1	20
Allemagne – Germany	1	10
Émirats arabes unis – United Arab Emirates	1	10
Russie – Russia	1	10
Israël – Israel	1	5
TOTAL	77	2039





TÉMOIGNAGES

Testimonials

«Dans notre bureau d'Aix-en-Provence, nous avons plus de 30 employés et continuons de recruter. Nous souhaitons attirer sur le territoire des ingénieurs de haut niveau et de dimension internationale. Nous prévoyons d'agrandir progressivement cette antenne à mesure que l'entreprise croît. Notre CEO France est actuellement en relation avec Provence Promotion sur des sujets tels que le financement de la R&D et l'aide au recrutement. L'agence nous fournit également des informations sur le territoire et facilite les contacts.»

«In our Aix-en-Provence office, we have more than 30 employees and we continue to recruit world-class engineering talent globally at this location. We expect to expand this office incrementally as the business continues to grow. We appreciate the support from Provence Promotion and Business France, and the opportunity to collaborate as we expand our business operations in France. Our head of our operations in France is currently in contact with Provence Promotion for issues such as R&D funding and recruitment assistance. The agency also provides us with information about the territory and facilitates contacts.»

Matt Jones,

Vice-président du Marketing Stratégique, Rambus,
Vice President of Strategic Marketing, Rambus

ILS ONT INVESTI AVEC PROVENCE PROMOTION EN 2022

Those who invested with Provence Promotion in 2022

ART DE VIVRE *Lifestyle*

Stokke		Danemark
Chronext		Suisse
Easyhotel		Royaume-Uni
Hosman		France
La Famille Finest Lunch		France
Meet My Mama		France
Merci Raymond		France
Oustao		France
Poke House France		Italie
Santafoo		Liban
Trivaw		Tunisie
Yapu-K & Co		France
Zeurone		Tunisie

ÉNERGIE/ENVIRONNEMENT ÉCO INDUSTRIE *Environment / Green Industry*

Alstom Helion		France
Amoës		France
Ardgah		Irlande
Bakomotors		Allemagne
Cnim		France
Ep Group		Royaume-Uni
Iosya		Russie
Seimaf		France

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE *Digital Economy*

Agence Rebellion		France
Audensiell		France
Cnam		France
Cryptosimple		Espagne
Cynoia		Tunisie
Data Pm		Tunisie
Deodis		France
Nice Cactus		France
Echelon Solutions Group France		États-Unis
Efrontech		France
Gamercraft		États-Unis
Gofield		Tunisie
Touk Touk		Corée du Sud
Humancraft		France
Instire		États-Unis
Javelo		France
Joonbot		France
Jurislogic		France
Linkt		France
Mailoop		France
Onepoint		France
Opomise		Tunisie
Otango		Belgique
Rambus		États-Unis
Sab		France
Sia Partners		France
Smash Group		France
Temno		Émirats arabes unis
Toon Factory		France

MARITIME / LOGISTIQUE / TERTIAIRE SUPÉRIEUR

Maritime Logistics

1pact		France
Action Geodis		Pays-Bas
Aqua Superpower Limited		Royaume-Uni
Chabas Véhicules		France
Katoen Natie France		Belgique
Koole Terminals		Pays-Bas
Martico France		Espagne
Ocean Transport		Espagne
Savino Del Bene		Italie
Sector Group		France
Customs Support Group		Pays-Bas



MÉCANIQUE / NAVAL AÉRONAUTIQUE

Mechanics / Aerospace / Naval

Rodeeo		France
Medisail		Tunisie
Promethee		France
Serma Technologie		France
Silina		France

SANTÉ / BIEN-ÊTRE

Healthcare / Well-Being

Cardiorenal		France
Hologic France		États-Unis
Id Solutions Oncologie		France
Neosyad		France
Syrengy		Israël
Veracyte		États-Unis

AUTRES / Others

Actarus		France
Bureaux & Co		France
Eight Advisory		France
Linkpick		France
MJM Graphic Design		France

LÉGENDE

Actions réalisées par Provence Promotion

- . Immobilier
Real Estate
- . RH
HR
- . Finance
- . Accompagnement des familles
Families accompagnement
- . Mise en réseau
Networking
- . Action de promotion
Promotion
- . Accompagnement total
Complete support
- . Autres
Other

INFLUENCE AUPRÈS DES LEADERS D'OPINION

Our influence program

Provence Promotion, associée au Port de Marseille Fos, de l'EPA Euroméditerranée et de l'Aéroport Marseille-Provence, a lancé il y a cinq ans, un programme d'influence collective visant à conforter la destination économique du territoire Aix-Marseille-Provence

Ce programme 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 matière 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.

De nombreuses actions ont été réalisées en 2022 pour faire d'Aix-Marseille un territoire pouvant être une alternative aux grandes capitales d'affaires, mais également la métropole où se jouent les enjeux de décarbonation et où ont lieu les investissements inclusifs qui donnent du sens aux entreprises.

Ces actions en mode « one to few » portent aujourd'hui sur quatre cibles principales. Elles ont pour champ d'action :

- . les grands sièges sociaux parisiens ainsi que la presse nationale et internationale basée à Paris;
- . les disrupteurs, dont les États-Unis sont le creuset mondial;
- . les autorités indiennes, à l'heure où de nombreuses start-up et entreprises doivent revoir leur modèle avec le Brexit;
- . la classe entrepreneuriale africaine.

Five years ago, Provence Promotion, along with the Port of Marseille Fos, the Euroméditerranée business district, and the Marseille Provence Airport, launched a joint influence program to strengthen the image of Aix-Marseille-Provence as a destination for investment.

This program brings together the principal members of Provence Promotion, major developers, Aix-Marseille University, and the leading global companies that are based in the metro area. Provence Promotion is strongly committed to a “one-to-one” strategy to approach companies about locating to the territory.

In order to enhance the reputation of Aix-Marseille in France and internationally, the influence program relies upon the advocacy of its members to increase the visibility and appeal of the territory among a target group of decision-makers and high-profile business networks.

There are also “one to few” initiatives that currently focus on four main targets:

- . Major Parisian head offices as well as the national and international mediabased in Paris*
- . Economic disruptors, specifically the thriving innovation ecosystem in the United States*
- . Businesses and public authorities in India at a time when many start-ups and companies must rethink their model due to Brexit*
- . African entrepreneurs*

Many measures were initiated in 2022 to position Aix-Marseille as a territory that can be an alternative to traditional business capitals. There was also a drive to demonstrate how the metro area is a key arena for solving the challenges of decarbonization and a place where meaningful, inclusive investments occur.



PARIS

AU CŒUR DES DÉCIDEURS DE MULTINATIONALES

Provence Promotion a présenté à l'Elysée avec le Cercle des Etats une recommandation pour faciliter la présence dans les métropoles régionales de centres de décision de sociétés étrangères en les associant au plan de formation de 400 000 professionnels, du ministère du Numérique; en les concertant avec le ministère de l'éducation sur les classes internationales et en desserrant les autorisations d'ouverture de lignes long-courrier depuis les aéroports régionaux.

PARIS

At the side of decision-makers from global corporations

As part of the États de la France economic meetings, Provence Promotion was asked to provide recommendations to the French government on how to facilitate investment in regional metro areas by international companies. Presenting in front of the government's secretary general, the presidential advisor on economic attractiveness, and the advisor for the €54-billion France 2030 public investment plan, Provence Promotion suggested global companies could be encouraged to open offices and decision centers in French regions by involving them in the national training plan for 400 000 digital professionals; by having local authorities work with the Ministry of Education to provide more international classes at French schools in the regions; and by relaxing the regulations so that more long-distance flights could operate from regional airports.



AFRIQUE

APPUYER L'AÉROPORT POUR OUVRIR UNE LIGNE VERS LE CAIRE

Le programme d'influence permet de donner de la crédibilité au territoire et aide à placer la métropole comme un lieu stratégique dans les centres de décisions où se fait la croissance de demain. C'est le cas avec l'Afrique, qui est naturellement placée comme le continent des enjeux futurs. Provence Promotion, via le programme d'influence, a contribué à l'ouverture de la ligne entre Marseille et Le Caire, ce qui fait de l'aéroport Marseille-Provence, le seul aéroport régional français à proposer cette ligne directe. L'Egypte étant le troisième pays africain le plus peuplé, avec un potentiel de start-up émergentes très fort, est naturellement stratégique. Par ailleurs, avec sa ligne Marseille-Addis Abeba, la Métropole Aix-Marseille-Provence assure un lien avec deux des quatre pays les plus peuplés d'Afrique.

AFRICA

A new route to cairo

The influence program works with decision-makers in both established and emerging markets to promote the global advantages of Aix-Marseille and position the city as a strategic location for investment. One example of this initiative is the economic outreach to Africa, which is the continent where the challenges and opportunities of the future will have the biggest impact. Through its influence program, Provence Promotion contributed to the opening of the route between Marseille and Cairo, which makes the Marseille Provence Airport the only French regional airport to offer this direct route. This will create more strategic opportunities in Egypt, which is the third most populated African country and has a high-potential network of emerging start-ups. Moreover, with its Marseille-Addis Ababa route, the Aix-Marseille-Provence metro area has a direct link to two of the four most populous countries in Africa.

USA

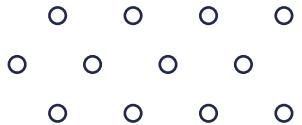
FIXER DES DISRUPEURS

Les États-Unis accordent toute leur crédibilité et attention aux disrupteurs. C'est eux qui font le monde économique. C'est dans ce cadre que le programme d'influence fédère les structures de veilles technologique (comme CELLES de CMA CGM...) pour rendre visible le fait qu'Aix-Marseille se prête à l'accueil de projets pilotes disruptifs. À l'heure où la Méditerranée est, après les deux pôles, la région du monde la plus exposée aux changements climatiques, à l'heure où les questions de numérique ou de décarbonation sont plus que jamais présentes, il est primordial pour la Provence de se placer comme innovante. C'est dans cette optique-là que Provence Promotion a été reçu en Californie, par l'accélérateur phare de la Silicon Valley - Plug & Play, qui a notamment vu naître Google et qui fait référence en termes de disruption aux USA, afin de réfléchir à des pistes de collaboration.

USA

Identifying disruptors

The United States is a country that supports and offers legitimacy to economic disruptors because these companies are shaping the business ecosystem of the future. In this context, Provence Promotion's influence program is working with established global companies such as CMA CGM, EDF, and Bouygues to ensure that Aix-Marseille can properly host disruptive pilot projects. At a time when the Mediterranean is one of the areas of the world that is most at risk from climate change, and with digital and decarbonization issues more pressing than ever, it is essential for Provence to continue to foster innovation. With this in mind, Provence Promotion traveled to California to meet with the tech accelerator Plug & Play that helped give rise to Google and is a leading facilitator of disruptive projects in the United States. This was an opportunity to discuss avenues of future collaboration.



INDE

APPUYER L'OUVERTURE DU SEUL CONSULAT HORS PARIS

Avec les décisions de relocalisations de nombreuses sociétés indiennes en Europe dues au Brexit, la France et plus particulièrement la Provence ont un rôle à jouer pour l'attraction de ces nouvelles entreprises. Ainsi, Provence Promotion, via le programme d'influence, s'est fortement rapproché du corps diplomatique indien en France. Nos actions répétées auprès du nouvel ambassadeur indien à Paris et du patronat indien visent à faciliter la décision d'ouverture à Marseille du seul consulat indien hors la capitale. De plus, Provence Promotion s'est fait inviter par l'ambassadeur indien, en compagnie du plus gros conglomérat d'entrepreneurs indiens, à Paris, en compagnie du ministre français de l'Attractivité, pour proposer et mettre en lumière la destination Aix-Marseille.

INDIA

The first consulate outside of Paris

With many Indian companies deciding to relocate to Europe due to Brexit, France and, more particularly, Provence has a pivotal role to play in attracting these investments. With this opportunity in mind, Provence Promotion has used its influence program to develop connections with the Indian diplomatic corps in France. The agency's frequent interactions with the new Indian ambassador in Paris and with Indian employers facilitated the decision to open the only Indian consulate outside the French capital in Marseille. Moreover, the Indian ambassador invited Provence Promotion to take part in a special business event in Paris along with the largest Indian federation of companies and the French minister for economic attractiveness to present Aix-Marseille's advantages and promote the territory as a destination for investment.

LA MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE, LEADER NATIONAL EN CROISSANCE D'EMPLOIS

The Aix-Marseille-Provence metro area, a national leader in job growth

D'après l'Urssaf, le pays recense, depuis le 4e trimestre 2019 jusqu'au premier trimestre 2022, une augmentation de 521 300 emplois sur le territoire national, soit une augmentation moyenne de 2,8 %.

Les Bouches-du-Rhône font partie des territoires boostant cette moyenne. Toujours selon ce baromètre, l'attractivité des métropoles régionales n'a cessé d'augmenter ces dernières années. En atteste la croissance des emplois qui se sont créés sur ces dernières. Ainsi, les Bouches du Rhône se classent parmi les territoires français où l'emploi a connu la plus forte augmentation, sur la période 2019-2022. En se positionnant sur la deuxième marche du podium, ex aequo avec le Rhône et juste derrière Paris, ce sont près de 25 000 emplois nets supplémentaires qui ont été créés en Provence en trois ans.

Preuve des actions déterminantes de nos équipes, **4 800 du flux d'emplois créés ont directement été générés par l'attraction d'entreprises que Provence Promotion est allée chercher et a convaincues de s'installer sur ce laps de temps.**

According to URSSAF social security network, since the fourth quarter of 2019, the country has recorded an increase of 521 300 jobs or an average increase of 2.8% across the entire national territory.

Aix-Marseille is among the territories boosting this average. The data shows that the appeal of regional metro areas has steadily increased in recent years, and this trend can be seen in their job growth. By this measure, Aix-Marseille-Provence is in the Top 3 French territories for new employment between 2019 to 2022. Tied for second place with the Grand Lyon metro area and just behind the Grand Paris metro area, nearly 25 000 net additional jobs were created in Provence over this three-year period. This is a reflection of the impact made by the teams at Provence Promotion, as 4800 of these jobs were directly generated by companies that the agency identified, prospected, and convinced to set up in the territory during this period.

CROISSANCE DE L'EMPLOI EN FRANCE

Locations for job growth in France

Du 1^{er} octobre 2019 au 31 mars 2022
(en créations nettes par département)

*From 1 October 2019 to 31 March 2022
(net job creation per department,
Aix-Marseille is the metro area for the
Bouches-du-Rhône)*



Parmi l'ensemble des projets d'investissements étrangers recensés par Business France en Région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur, la moitié se sont réalisés dans les Bouches-du-Rhône.
Sur l'ensemble des investissements des sociétés nouvelles arrivantes dans notre département, 60 % ont bénéficié d'un accompagnement de Provence Promotion. Ces excellents chiffres appuient la politique de prospection internationale dynamique menée par l'agence, qui contribuent à l'essentiel des résultats de notre département sur ce secteur.

Among the foreign investment projects identified by Business France in the SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur region, half were carried out in the Bouches-du-Rhône department. Overall, 60% of the projects in the Aix-Marseille metro area benefited from Provence Promotion's support. These excellent figures show the dynamic impact of the international prospecting policy conducted by the agency, which contributes to the bulk of our department's results in this sector.

LES IDE DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE COMPARÉS AUX IDE EN FRANCE

FDI in the bouches-du-rhône compared to the rest of france



TÉMOIGNAGES *Testimonials*

« Le positionnement stratégique du Hangar Mercure à Istres nous permet de nouer des relations étroites avec les grands industriels de l'aéronautique. Nous développons à Istres un bureau d'études pour mettre à niveau nos appareils. Nous prévoyons de recruter 50 à 60 personnes. »

« The Mercure Hanga strategic positioning allows us to build close relationships with major aerospace manufacturers. We are setting up a design office in Istres to upgrade our aircraft. We plan to hire 50 to 60 people. »

Olivier de Cernon,
Directeur Général Adjoint, Ares
Deputy General Director, Ares

« Chez Onepoint, la qualité de vie et l'épanouissement des employés sont un élément important. On favorise le renforcement de ces talents dans la métropole Aix-Marseille-Provence. »

« At Onepoint, the quality of life and fulfillment of our employees are important elements. We favor an approach that reinforces our teams in the Aix-Marseille-Provence metro area. »

David Zouari, Partner, Onepoint



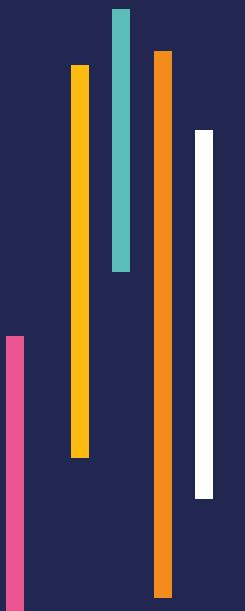


3

LE MAG

Le Cercle des entreprises
étrangères, fer de lance
de l'attractivité française

International companies network, the driving
force behind France's economic appeal





UNE VISION S'APPUYANT SUR L'AXE MARSEILLE-LYON-LILLE

International companies are spearheading France's economic attractiveness

Les entreprises étrangères réunies dans le Cercle des Etats de la France contribuent à améliorer l'attractivité du Pays. Provence Promotion, l'Aderly et Nord France Invest sont associées aux travaux des filiales en France de groupes internationaux qui contribuent chaque année, depuis 15 ans, à des recommandations pour améliorer l'attractivité de la France et qui jouent un rôle auprès de leur maison mère.

International companies of the Cercle des Etats de la France contribute significantly to improving the economic appeal of the country. Provence Promotion, Aderly and Nord France Invest are associated with a national program that brings together French subsidiaries of global corporations to issue recommendations to improve France's ability to attract investment and companies. Within the context of this program, which has been running for 15 years, subsidiaries also act as advocates on behalf of France with their parent company.

À l'heure où les métropoles régionales font légitimement valoir des atouts majeurs en termes de qualité de vie, d'infrastructures, d'écosystèmes porteurs et ambitieux, de desserte et de connectivité, une dizaine de dirigeants de groupes internationaux et d'entreprises qui ont choisi d'implanter leur siège dans la Métropole d'Aix-Marseille-Provence, se sont réunis au premier forum Aix-Marseille le 15 septembre 2022. **Cette rencontre, axée sur l'attractivité des métropoles régionales, a été l'occasion de mettre en lumière les critères nécessaires pour attirer et fidéliser les groupes internationaux dans les territoires.**

Pour ces entreprises, qui ont fait le choix d'implanter leurs activités en région, le constat est sans appel : **les métropoles régionales n'ont désormais plus rien à envier aux capitales.**

La métropole Aix-Marseille-Provence compte 1,8 million d'habitants, ce qui en fait le plus grand bassin d'actif après Paris quand le capital humain est devenu le critère d'implantation prépondérant

pour les entreprises. La métropole regroupe 134 000 entreprises, de tout secteur d'activité – industrie, commerce, service – et de toutes tailles, des TPE aux PME sans oublier des leaders mondiaux comme Siemens ou encore Adecco. Sa localisation au cœur de l'espace méditerranéen est stratégique, aux portes d'un marché africain qui va être amené à s'accroître au cours du XXI^e siècle. Au-delà de ses infrastructures portuaires et aéroportuaires de dimension internationale, la Métropole est devenue un hub numérique mondial. En quelques années, et à la faveur d'investissements importants, Marseille est devenue le 7^e hub mondial d'hyper-connectivité au monde et le premier nœud de raccordement de télécommunications entre Europe, Afrique et Asie du Sud de l'Europe. Autre avantage de taille, ce territoire dispose de réserves foncières et d'une diversité d'espaces propices à l'accueil des entreprises, et les pouvoirs locaux ont décidé de sanctuariser 1 400 hectares de foncier pour accueillir des entreprises.

At a time when regional metro areas are promoting their tangible advantages in terms of quality of life, infrastructure, growing and ambitious economic ecosystems, and digital and logistics connections, the inaugural Forum Aix-Marseille was held on September 15, 2022, and a dozen leaders from international companies with their headquarters in the Aix-Marseille-Provence attended. This conference focused on the economic appeal of regional metro areas and was an opportunity to shed light on the additional elements needed to attract and retain international companies in the area. Through its influence program, Provence Promotion works with the French subsidiaries of leading global companies that have been contributing recommendations to improve the attractiveness of France for more than a decade while also serving as economic ambassadors for France with their respective parent companies.

For these companies that have chosen to establish operations in the regions, the conclusion is clear: regional metro areas no longer play second fiddle to the capital cities.

The Aix-Marseille-Provence metro area has 1.8 million people, making it the largest labor pool in France after Paris. This population advantage is a huge benefit at a time when human capital has become the most important factor when companies are choosing where to locate. The metro area is home to 134 000 companies of all sizes, from entrepreneurs to SMEs to global leaders such as Siemens and Adecco, and these companies are active in all sectors of the economy: industry, commerce, and services. The metro area also enjoys a highly strategic location in the heart of the Mediterranean basin, and it serves as the gateway to an African market that will only continue to grow over the course of the 21st century. Beyond the international dimension of its port and airport infrastructure, Aix-Marseille has also become a global digital hub. Thanks to major investments in recent years, Marseille has become the world's 7th largest hyper-connectivity hub and Southern Europe's leading telecommunications connection node between Europe, Africa, and Asia. Another huge advantage is that the territory has land reserves and a diversity of spaces conducive to hosting companies, as can be seen in the decision by local authorities to reserve 1400 hectares of land to host incoming business projects.

LA FRANCE, PAYS LE PLUS ATTRACTIF D'EUROPE

France, the top country in Europe for economic appeal

Selon le baromètre EY de l'attractivité, la France s'est hissée en 2022 à la première marche du podium en termes d'investissements étrangers, notamment grâce à l'agenda pro-business du gouvernement Macron qui depuis cinq ans a œuvré pour une fiscalité plus compétitive. « Il y a une réalité de relocalisation vers l'Europe et vers la France », précise Marc Lhermitte, associé chez EY Consulting. Ce rebond des investissements industriels a en partie bénéficié aux métropoles françaises et aux petits bassins d'emploi de l'Hexagone : ainsi 30 % des investissements industriels en France sont allés vers des territoires comptant entre 50 000 et 200 000 habitants et 47 % vers des territoires comptant moins de 50 000 habitants. Ce phénomène s'est amplifié avec la crise sanitaire et, aujourd'hui, 82 % des dirigeants estiment que l'attractivité tertiaire des grandes métropoles (hors Île-de-France) s'est renforcée depuis la crise sanitaire en raison de leur attractivité, de l'hybridation des modes de travail, de la présence des talents dans ces territoires, mais aussi de leur attractivité industrielle. **Dans cette dynamique, la métropole d'Aix-Marseille a accueilli 35 projets d'investissement directs étrangers sur la seule année 2022.**



According to the FDI attractiveness survey conducted by EY, France has risen to the top of the 2022 foreign investment rankings. This result is partly due to the pro-business agenda of the Macron government, which for the past five years has worked to implement a more competitive tax system. "There is a genuine trend of relocating to Europe and to France," says Marc Lhermitte, a Senior Partner at EY Consulting. The rise in industrial investment has benefited both France's major cities and small employment areas: 30% of industrial investment in France has gone to areas with between 50 000 and 200 000 residents and 47% to areas with fewer than 50 000 inhabitants. The Covid crisis amplified this phenomenon, and today 82% of executives believe that the appeal of major metro areas outside of Paris has increased since the pandemic due to their economic advantages, the adoption of hybrid work methods that enable remote work, the presence of qualified labor, and their industrial potential. The Aix-Marseille metro area has benefited from this trend and welcomed 35 foreign direct investment projects in 2022 alone.



LES MÉTROPOLES RÉGIONALES, UNE ALTERNATIVE AUX CAPITALES POUR LES TALENTS ?

When it comes to talent, are regional metro areas a viable alternative to capital cities?

La première table ronde de ce forum inédit a pu donner la parole à deux leaders américains du numérique et deux géants européens des services pour témoigner de la manière de déployer leurs opérations en France. Ces 4 groupes ont en commun d'attirer et de garder les talents, mais aussi de s'engager dans leur formation pour créer des viviers.

« On est en pénurie de talents sur la technologie, c'est bien réel, a insisté Émilie Sidiqian, directrice générale de Salesforce France, spécialiste américain de la relation client (2 000 collaborateurs en France). On va chercher des talents en reconversion professionnelle, des jeunes en décrochage scolaire et augmenter leur employabilité dans le secteur de la tech par des formations. » **Un enjeu majeur pour le groupe qui estime ses besoins à 211 000 recrutements d'ici 2026** (emplois directs Salesforces et de ses partenaires). « Nous sommes présents à Marseille depuis 2012, car nos clients y sont, les prospects y sont, il y a beaucoup de talents à former et un cadre très bienveillant », ajoute-t-elle. Dans ce contexte de « fuite des talents », l'entreprise a annoncé un investissement de 3,5 milliards de dollars sur cinq ans en France. Cette somme servira à doubler ses effectifs dans le pays, à personnaliser les produits pour le marché français (stockage et sécurisation des données en France), à repenser ses locaux et enfin à financer de la formation pour faire fructifier le vivier des talents de la tech.

Un autre exemple fort de l'attrait des métropoles régionales : Adecco France (6 500 salariés répartis sur l'ensemble du territoire) a choisi d'installer son siège à Villeurbanne et non à Paris.

« Nous avons une empreinte très forte à Marseille en raison des grands atouts de la métropole, notamment ses infrastructures routières, portuaires et ses gares », a souligné Sébastien Hampartzoumian, directeur des opérations. Selon lui, une des forces d'Aix-Marseille-Provence est de posséder une pluralité de filières, ce qui est un atout indéniable (contrairement à des régions très spécialisées comme Toulouse dans l'aéronautique).

The first round table at the Forum Aix-Marseille Forum gave the floor to two American digital leaders and two European service giants to discuss how they are deploying their operations in France. These four companies take a similar approach to managing their workforce because along with their efforts to attract and retain talent they are also committed to training people to create a pool of qualified personnel.

"There is a shortage of talent in the tech sector, that's a fact," emphasized Emilie Sidiqian, the head of Salesforce France, the American customer management specialist (2000 employees in France). "We're going to develop the talent pool by retraining young people who have dropped out of school, which will increase their employability in the tech sector." This a major project for the company, which estimates it will create more than 211 000 new jobs by 2026 (through both direct Salesforce employment and employment through partners). "We've been in Marseille since 2012 because our customers are there, the prospects are there, there's a lot of talent to train, and it's a very supportive environment," she added.

In response to the "talent drain" in the sector, the company has announced a \$3.5 billion investment over five years in France. This investment will be used to double its workforce in the country, customize products for the French market (storage and security of data in France), redesign its premises, and finance training that will expand the tech talent pool.

Another vibrant example of the appeal of regional cities is Adecco France, which has 6500 employees throughout the country. The global human resources and staffing company chose to locate its headquarters in the Lyon metro area instead of Paris. "We have a significant presence in Marseille because of the city's major advantages, notably its road and port infrastructure and its train lines," said Sébastien Hampartzoumian, Adecco's Vice President of Operations. From his perspective, one of Aix-Marseille-Provence's strengths is that it has a diverse range of sectors, which is an unquestionable benefit for the broader business ecosystem (unlike highly specialized areas such as Toulouse, which is heavily focused on aeronautics).

Autre exemple outre-Atlantique de l'attrait des territoires, Google a installé son siège social dans le cœur de la Silicon Valley et non au sein de la métropole de San Francisco, et cela pour plusieurs raisons : la disponibilité des locaux et la proximité des écosystèmes universitaires. Toutefois, dans le contexte actuel de « guerre des talents », le groupe a dû s'adapter à la demande des salariés qui souhaitent rapprocher les centres opérationnels de leur lieu d'habitation, c'est-à-dire le cœur des villes. « Par ailleurs, dans le contexte de recours massif au télétravail on s'est rendu compte que nos collaborateurs avaient besoin de collectif », explique Benoit Tabaka, secrétaire général de Google France. C'est pourquoi on a créé des hubs en France, à Montpellier, à Rennes et à Bordeaux, ces lieux dédiés à l'accompagnement des PME et TPE sont aussi devenus un endroit où viennent travailler nos collaborateurs. » Un phénomène également observé chez Salesforce qui permet à ses salariés d'avoir recours au télétravail (un critère fondamental pour attirer les talents). Néanmoins en France, le taux de remplissage des bureaux du groupe est de 85 %, signe de l'importance pour les collaborateurs de maintenir des contacts physiques.

Google a une forte politique d'investissement en France et notamment dans les territoires. « On a une politique commune avec les autres acteurs du numérique de décentraliser les lieux de stockage et les infrastructures et de les distribuer sur les territoires. En France Marseille est un lien d'interconnexion très fort, c'est la porte d'entrée sur les plaques africaine et asiatique et le Moyen-Orient. »

Dernier exemple de cette table ronde, le groupe italien Autogrill, qui réalise un chiffre d'affaires de 22 milliards d'euros en Europe, a fait le choix il y a 25 ans d'établir son siège social à Marseille (100 personnes). Si la France et son millefeuille administratif font peur aux grands groupes internationaux, Marseille tire son épingle du jeu grâce à son « climat social et économique très favorable », a estimé Stan Monheim, son directeur général France. Un point également mis en avant par Sébastien Hampartzoumian, qui estime qu'à Marseille, au-delà du cadre de vie, « l'environnement et le tissu économique sont très attractifs, c'est une vraie richesse ». Stan Monheim a également souligné les coûts inférieurs (immobilier et salaires), la recherche de qualité de vie des collaborateurs et la très bonne connectivité de la métropole avec le reste de l'Europe et du monde. En Europe le groupe n'est plus présent dans aucune capitale, « preuve que les grandes capitales ne sont plus une nécessité », insiste-t-il.

L'ensemble des participants se sont accordés sur le fait que, pour attirer les talents, les métropoles régionales doivent proposer une offre d'éducation satisfaisante et des logements à des prix abordables. Dans ce contexte, un des axes d'amélioration pour la métropole Aix-Marseille serait d'augmenter l'offre de transport en commun intra-urbain pour offrir des logements en périphérie de Marseille.

The attractiveness of territories outside of traditional business capitals can also be seen in the United States. Google bypassed San Francisco and set up its headquarters in the heart of Silicon Valley for several reasons, including the availability of premises and the proximity of university ecosystems. However, in today's "war for talent," the company has had to adapt to employee demand around the world by moving some operations closer to where they live, such as to the downtown neighborhoods of cities. "In addition, in the context of the massive trend towards working from home, we realized that our employees nonetheless still needed to work together," explained Benoit Tabaka, the Secretary General of Google France. "That's why we created hubs in Montpellier, Rennes, and Bordeaux in France. Originally intended to support SMEs, they have also become a place where our employees come to work together." There is a similar phenomenon at Salesforce, whose employees have also adopted widespread telecommuting. Despite the fact that offering the possibility of remote working to staff is a fundamental criterion for attracting talent, in France, the Salesforce offices have an occupancy rate of 85%, a sign of how important a physical workspace is for employees. Google has a significant investment policy in France, particularly in the regions. "Along with other major digital companies, there is a common policy of decentralizing storage facilities and infrastructure and distributing them throughout the country. In France, Marseille is a very strong interconnection hub, and it is the gateway to networks in Africa and Asia as well as in the Middle East."

The round table's final example came from the Italian company Autogrill, which has an annual turnover of €22 billion in Europe. Twenty-five years ago, it established its headquarters in Marseille, where it now has 100 employees. While France and its administrative complexity may make some large international companies hesitate before investing, Marseille is thriving thanks to its "very favorable social and economic climate," according to Stan Monheim, the General Manager for European Countries at Autogrill. This point was also emphasized by Sébastien Hampartzoumian, who believes that, beyond the city's quality of life, Marseille offers "a very attractive business environment and an economic fabric that is a real asset." In terms of Aix-Marseille's advantages, Stan Monheim also emphasized the lower costs (real estate and salaries), the high quality of life that today's employees are seeking, and the excellent digital and logistics connections to the rest of Europe and the world. In Europe, the group is no longer present in any capital city, which is "proof that large capitals are no longer a necessity," he emphasized.

All participants agreed that to attract talent, regional metro areas must have a suitable education system and affordable housing. In this context, the Aix-Marseille metro area is seeking to improve its public transportation system so that housing on the outskirts of Marseille is more easily accessible.





HYPERCONNECTIVITÉ, DÉCARBONATION ET RELOCALISATION DES SUPPLY CHAIN :

les métropoles portuaires sont-elles un bon choix
pour atteindre ces objectifs ?

Hyperconnectivity, decarbonization, and the relocation of supply chains: are port cities the best way to meet these objectives?

La deuxième table ronde a pu porter sur des sujets d'expertise énergétique sur le territoire.

« Tout l'écosystème régional est très porteur avec des implantations industrielles de nos partenaires et clients et une grande dynamique de recherche », a détaillé Céline Wolf, directrice générale de Westinghouse, un groupe international spécialisé dans le nucléaire. Marseille abrite notamment le programme Iter (le réacteur thermonucléaire expérimental international) mais également le centre CEA de Cadarache, qui est le plus grand centre de recherche et développement en Europe sur les énergies bas carbone.

Pour David Baillet, directeur régional de Siemens (6 000 collaborateurs, dont une centaine à Aix-en-Provence), « le point fort de Marseille c'est la digitalisation et c'est aussi un marqueur important pour Siemens ». Un exemple : sur le port on crée des jumeaux numériques afin de pouvoir optimiser le déchargement des bateaux de demain. Il estime que la « relocalisation est réelle en région ». Son groupe a ainsi inauguré en Ardèche l'usine de chaussures de sport la plus innovante au monde (plus de 500 000 paires par an pour Salomon notamment).

The second round table dealt with the territory's expertise in the energy sector.

“The entire regional ecosystem is very promising because there are the industrial facilities of our partners and clients as well as a strong commitment to research,” said Céline Wolf, the Director of Strategy, Growth, and Innovation for Westinghouse, an international group specializing in nuclear power technology. Marseille is home to the ITER program (the International Thermonuclear Experimental Reactor) as well as the CEA Cadarache center, which is the largest research and development center in Europe for low-carbon energy.

For David Baillet, regional director of Siemens (6000 employees, including approximately 100 people in Aix-en-Provence), “Marseille’s strong point is digitalization, and this is also an important factor for Siemens.” For example, digital twins are being created in the port to optimize the unloading of the ships of the future. He believes that “there is real relocation to the region.” His group has also opened the world’s most innovative sports shoe factory in the Ardèche area of France, which notably produces more than 500 000 pairs per year for Salomon.

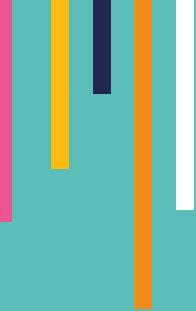


ABB France (1 200 salariés en France répartis sur 25 sites), spécialisé dans l'électrification et l'automation, a une forte activité sur le port de Marseille Fosse et dans la région. Par exemple, il fournit des logiciels à CMA CGM, sous forme d'application, qui aide à la décision des capitaines de bateaux. Le port de Marseille Fosse veut devenir producteur d'une partie de son électricité et ABB France l'accompagne dans cette démarche. « Hydrogène, éolien, photovoltaïque, nucléaire... Il va falloir gérer en temps réel toutes ces sources pour sécuriser l'alimentation et pour cela il faut du numérique, du digital, des data, et Marseille est bien équipée dans ce domaine », a précisé Fabien Laleuf, directeur général d'ABB France.

Quant à Air Products, société de gaz industriel (300 salariés en France), le groupe a une usine de conditionnement et de distribution d'hélium à Rognac, qui fournit toute l'Europe (gaz utilisé dans les laboratoires de recherche et l'industrie médicale et l'électronique). « On fournit des solutions pour décarboner les transports, l'industrie et l'énergie, a expliqué David Martin, président d'Air Products Europe. On construit le plus gros électrolyseur du monde qui va permettre dès 2026 d'avoir des molécules d'hydrogène disponibles et on a encore de l'argent à investir. »

ABB France (1200 employees at 25 sites in France), which is specialized in electrification and automation, has a strong presence at the Port of Marseille Fos and across the broader Aix-Marseille metro area. One example of ABB France's projects is the decision support systems for ship captains that the company provides CMA CGM. As the Port of Marseille Fos aims to produce a part of its own electricity, ABB France is also facilitating this process. "Hydrogen, wind power, photovoltaic, nuclear... We will have to manage all these sources in real-time to secure the power supply, and for this, we need digital technology and data. Marseille is well equipped in this area," said Fabien Laleuf, Managing Director of ABB France.

Air Products is another international company that plays a big role in Provence. An industrial gas company with 300 employees in France, the company has a helium processing and distribution plant in Rognac that supplies Europe with helium gas used in research laboratories and the medical and electronics industries. "We provide solutions to decarbonize transport, industry, and energy," explained David Martin, President of Air Products Europe. "We're building the world's largest electrolyzer that will produce hydrogen molecules as early as 2026, and we still have money to invest."

La conclusion du forum a pu être donnée par un témoin clé du territoire

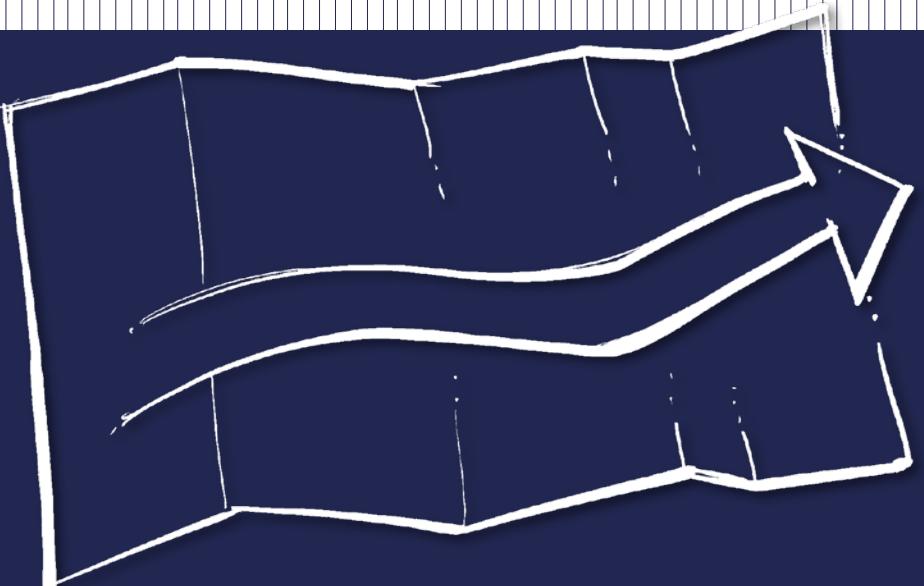
Mathieu Friedberg, président-directeur général de CEVA Logistics, racheté en 2019 par CMA CGM, un leader mondial du transport et de la logistique. Pour redonner une impulsion et un nouvel élan, la décision a été prise de rapatrier le siège social de CEVA (300 personnes, dont 80 % d'étrangers) de Suisse vers Marseille. Aujourd'hui, CEVA est devenu le leader français de la logistique et réalise 95 % de son CA hors de France. « Nous sommes la preuve qu'on est capables de construire un champion international de cette envergure dans la deuxième ville de France, se félicite Mathieu Friedberg. Le fait d'être loin des centres de décision politique n'est absolument pas un frein pour une entreprise de dimension mondiale. » Par ailleurs, l'intégration des familles des salariés de l'entreprise s'est bien passée et Marseille « a une grande tradition d'accueil » et offre « un environnement exceptionnel ». « On a tout ce qu'il faut pour attirer des collaborateurs internationaux à Marseille », a-t-il conclu, d'autant plus que l'ouverture d'une Cité scolaire internationale est prévue dans la Métropole en 2024.

The Forum Aix Marseille closed with comments from a key figure in the Aix-Marseille economy

At the end of the forum, Mathieu Friedberg, the CEO of CEVA Logistics, spoke about the advantages of the Aix-Marseille area. In 2019, CEVA was acquired by CMA CGM, a world leader in transport and logistics. To give the company a new dynamic, the decision was made to relocate CEVA's headquarters (300 people, 80% of whom are international) from Switzerland to Marseille. Today, CEVA has become the French leader in logistics and generates 95% of its revenues outside France. "We are proof that you can build a large-scale international champion in France's second-largest city," said Mathieu Friedberg. "The fact that we are far from centers of political decision-making is absolutely not a hindrance for a company with a global scope." In addition, the integration of the company's employees and their families has gone well, and Marseille "has a great tradition of welcoming people" and offers "an exceptional environment." "We have everything we need to attract international employees to Marseille," he concluded, especially since an international school complex is scheduled to open in the city in 2024.

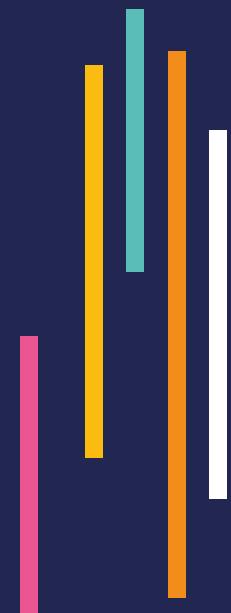


4



NOTRE FEUILLE DE ROUTE 2022-2024

OUR ROADMAP



3 ENJEUX DE L'ATTRACTIVITÉ

3 key issues to attract investment

Avec l'accélération des migrations familiales et entrepreneuriales, il est important de positionner le territoire comme un moteur de France 2023.

With the accelerating trend of entrepreneurs, families, and businesses seeking new, alternative locations, it is essential to position the territory as a driver of the economic change and recovery in France.

1



POSITIONNER
Aix-Marseille comme
une alternative aux capitales

*Positioning Aix-Marseille as
an alternative to capital cities*

2



FAIRE
du territoire la Métropole
de l'économie décarbonée

*Making the metro area a Mediterranean
leader for low-carbon economy*

3



OFFRIR
du sens aux investisseurs via
l'impact positif des projets attirés

*Offering meaning to investors by facilitating
the positive impact of projects*



«Provence Promotion a proposé à l'ensemble des acteurs d'influence du territoire d'avoir une nouvelle approche d'attraction d'entreprises en suggérant à des groupes internationaux de choisir une métropole régionale faisant alternative aux capitales d'affaires internationales, facilitant la décarbonation de leur activité et offrant un impact positif à leurs investissements.»

«Provence Promotion has offered all the stakeholders working to enhance the territory's influence a new approach for attracting international companies by showing them how regional metro areas are now an excellent alternative to traditional global business capitals.»

Philippe Stefanini,
Directeur Général Provence Promotion
CEO, Provence Promotion

INFLUENCE VIA DES RÉSEAUX INTERNATIONAUX

Influence via international networks

Nos réseaux pour développer notre influence, délivrer les messages du territoire et valoriser les entrepreneurs installés ainsi que les services de relocalisation aux familles et employeurs :

Our networks to develop our influence, deliver the territory's message, enhance the reputation of established companies, and support relocation services for families and employers:

Amérique du nord North America

- . Liaison office The Give Academy
- . AmCham (American Chamber of Commerce)
- . French Founders
- . Structures de veilles technologiques de groupes français
- . Filiales US et cellules innovations signatures mondiales

- . *The Give Academy: liaison office*
- . *American Chamber of Commerce (AmCham)*
- . *French Founders*
- . *Influencers such as Glenn Ricart*
- . *American subsidiaries and innovation units from global corporations*

Royaume-Uni United Kingdom

- . Ambassade UK en France
- . Coopération scientifique (AMU & Cambridge) pour rapatrier des chercheurs
- . Wavetech, représentant prospection Brexit
- . *British embassy in France*
- . *Scientific cooperation (AMU & Cambridge) to repatriate researchers*
- . *Leyton: representing biotech investors*
- . *Wavetech: representative office*



World

- . Massilia Mundi
- . French Founders
- . Business France
- . Young Global Leaders de Davos
- . Global Shapers

FRANCE

- . Marseillais de Paris
- . Associations professionnels : ADI, ANDRH...
- . Relations presse
- . Grandes écoles
- . AmCham et ambassade US à Paris
- . Chinese Business Club pour la Chine
- . Les États de la France

-
- . *Marseillais de Paris*
 - . *ADI (association of real estate leaders)*
 - . *PR agency*
 - . *Global Shapers*
 - . *Elite universities*
 - . *AmCham and American embassy in Paris (for the US)*
 - . *Chinese Business Club (for China)*



Moyen-Orient Middle East

- . Business France Dubaï
- . French Business Council
- . Organization of AIM conference on investments
- . EDF, Engie

-
- . *Business France Dubaï*
 - . *French Business Council*
 - . *Annual Investment Meeting Dubai'*
 - . *EDF, Engie*

INDE India

- . Ambassade d'Inde à Paris
- . Réseaux patronaux : FICCI, CII (Confederation of Industry)

-
- . *Indian embassy in Paris*
 - . *Partnership with FICCI (chambers of commerce), CII (industrial confederation)*

ASIE Asia

- . NDRC Chine : Autorités de Shenzhen, Qingdao
- . TotalEnergies, Airbus Helicopters, CMA CGM, STMicroelectronics – filiales chinoises
- . Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)

-
- . *NDRC China*
 - . *Authorities in Shenzhen and Qingdao*
 - . *Chinese subsidiaries: TotalEnergies, Airbus Helicopters, CMA CGM, STMicro*
 - . *Hong Kong Trade Development Council*

PROSPECTION ET FILIÈRES

Prospecting and sectors

Une équipe d'experts sectoriels qui rencontrent 700 entrepreneurs français et étrangers par an sur les six filières d'excellence du territoire. A team of sector-based experts meets with 700 French and international entrepreneurs per year that operate in the territory's six strategic sectors.

Trois piliers de développement de l'action de prospection sur nos différentes filières pour assurer une démarche multicanale pour l'ensemble du territoire. There are three pillars of development for Provence Promotion's cross-sector prospecting strategy that ensure a multi-channel approach that benefits the entire territory.

1

Une veille et des actions d'intelligence économique

Monitoring opportunities and developing business intelligence

2

Une chasse organisée vers les marchés cibles

Organizing campaigns to reach target markets

3

Un travail de lead generation

Focusing on lead generation

Des outils affûtés qui permettent une action exogène efficace et profitable à tous

- . L'intelligence économique et prospection, grâce à notre ciblage, à notre travail de lead generation, à notre prospection sur salons et à des missions ciblées
- . Les liaisons offices : trois bureaux de liaisons destinés à générer des contacts avec les prospects à fort potentiel à la recherche d'une implantation en Europe
- . Des partenariats stratégiques avec des académies étrangères destinés à développer et mettre à jour un repérage de prospects
- . Des réseaux spécifiques, avec une prospection renforcée du travail d'influence réalisé par nos équipes et l'approche de comptes exogènes via des cercles de décideurs

Une intelligence des filières renouvelée, des géographies à travailler dans la durée

- . Un ciblage numérique et technologique
- . Un ciblage industrielo-portuaire
- . Une filière santé avec une prospection à renforcer
- . Un ciblage d'investisseurs touristiques

Precision economic tools for effective and beneficial outreach to companies

- . Business intelligence and prospecting, thanks to our strategy to identify prospects, our lead generation work, our prospecting at trade shows, and our targeted economic missions
- . Liaison offices: three liaison offices designed to generate contacts with high-potential prospects looking to set up in Europe
- . Strategic partnerships with international educational institutions to develop and update prospect identification
- . Specific networks with potential for increased prospecting of international accounts carried out through our influence program team via contacts with key decision-makers

An enhanced research and intelligence program for long-term actions in specific markets

- . Digital and technological targets
- . Industrial and port targets
- . Increased prospecting of the healthcare sector
- . Targeting investors in the tourism sector



Plan d'action 2023

Action plan 2023



48 missions
de prospection
48 prospecting missions

700 entrepreneurs rencontrés
/ 700 meetings with
entrepreneurs



2 partenariats
académiques
2 academic partners

John Huntsman School
David Eccles School of Business



40 salons
couverts
40 trade fairs covered



3 liaisons offices
USA | UK | Paris

50 entreprises
comptes clés
50 key companies

IMPLANTATION ET OFFRE TERRITORIALE

Support for setting up in the territory

Quatre actions pour inciter et accompagner les entreprises dans leur développement en Provence

Four methods to incentivize and support companies in their development in Provence

Une équipe de conseils à l'accompagnement :

- foncier/immobilier
- RH, accueil des familles
- Incitations financières et fiscales

A team of advisors provides custom support:

- land / real estate
- HR, reception of families
- financial and tax incentives

1



FORGER
une expertise de France 2030
et des outils d'aide à la relance

Developing expertise
*in the France 2030 public investment fund and
other financial programs that support
the economic recovery*

Rendre visibles et compréhensibles les dispositifs France 2030 auprès des entreprises accompagnées, notamment en termes d'incitations financières et fiscales. Deux objectifs pour cela : renforcer notre collaboration avec Business France pour augmenter nos mises en relation d'entreprises et mobiliser les dispositifs de financement de France Relance pour attirer de nouveaux projets

Make France 2030's programs visible and easy to understand for companies we support, particularly regarding its financial and tax incentives. Two key objectives: strengthen our collaboration with Business France to increase business connections and mobilize the financing mechanisms of the France Relance stimulus package to attract new projects.

2



ATTRIRER
des fonctions centrales
de sièges nationaux

Attracting offices
from national headquarters

Répondre aux enjeux de déconcentration de la capitale et positionner Aix-Marseille dans la short-list des territoires où se développer pour les décideurs. Deux actions pour ce faire : une prospection par l'offre à travers des circuits faisant découvrir des lieux innovants sur le territoire et l'identification de projets de déconcentration auprès d'entreprises ayant déjà un bureau ou une filiale sur la Métropole.

Embrace the opportunities associated with the decentralization of the capital and position Aix-Marseille on the short list of territories where decision-makers want to invest and develop. Two actions to achieve this: offering prospective companies tours to discover innovative locations in the Aix-Marseille area and identifying decentralization projects at companies that already have an office or a subsidiary in the metro area.



Recherche d'investisseurs pour l'offre territoriale

Searching investors for the territory's real estate offer

- . Un pôle tertiaire supplémentaire à Marseille Est - Vastint Business Garden Vallée Verte (80 000m² de bureaux à construire)
- . Un réseau d'immobilier biotech
 - . an additional service sector cluster in East Marseille-Vasting Business Garden Vallée Verte (80 000m² of office space to be built)
 - . A biotech real estate network



3

RECHERCHER des investisseurs pour de nouveaux aménagements

*Seek investors
for new developments*

Accélérer les sorties d'offres territoriales pour accueillir les projets de réindustrialisation et de relocation. Répondre aux besoins d'offres adaptées « plug & play », notamment dans la filière santé, pour les locaux d'activités et les places tertiaires. Trois actions à mettre en place : sécuriser les programmes immobiliers biotech, alimenter la consultation du pôle tertiaire de l'aéroport Marseille-Provence et sécuriser l'offre ouverte aux investisseurs touristiques

Accelerate the opening or delivery of real estate options to accommodate reindustrialization and relocation projects. Respond to the need for adapted “plug & play” solutions, particularly in the healthcare sector, for business centers, and office spaces. Three actions to be implemented: expand the real estate offer for biotech companies, provide consultation and support for the Marseille Provence airport services cluster, and fortify the opportunities for investors in the tourism sector.



4

VALORISER ET AGRÉMENTER nos outils d'aide à la décision

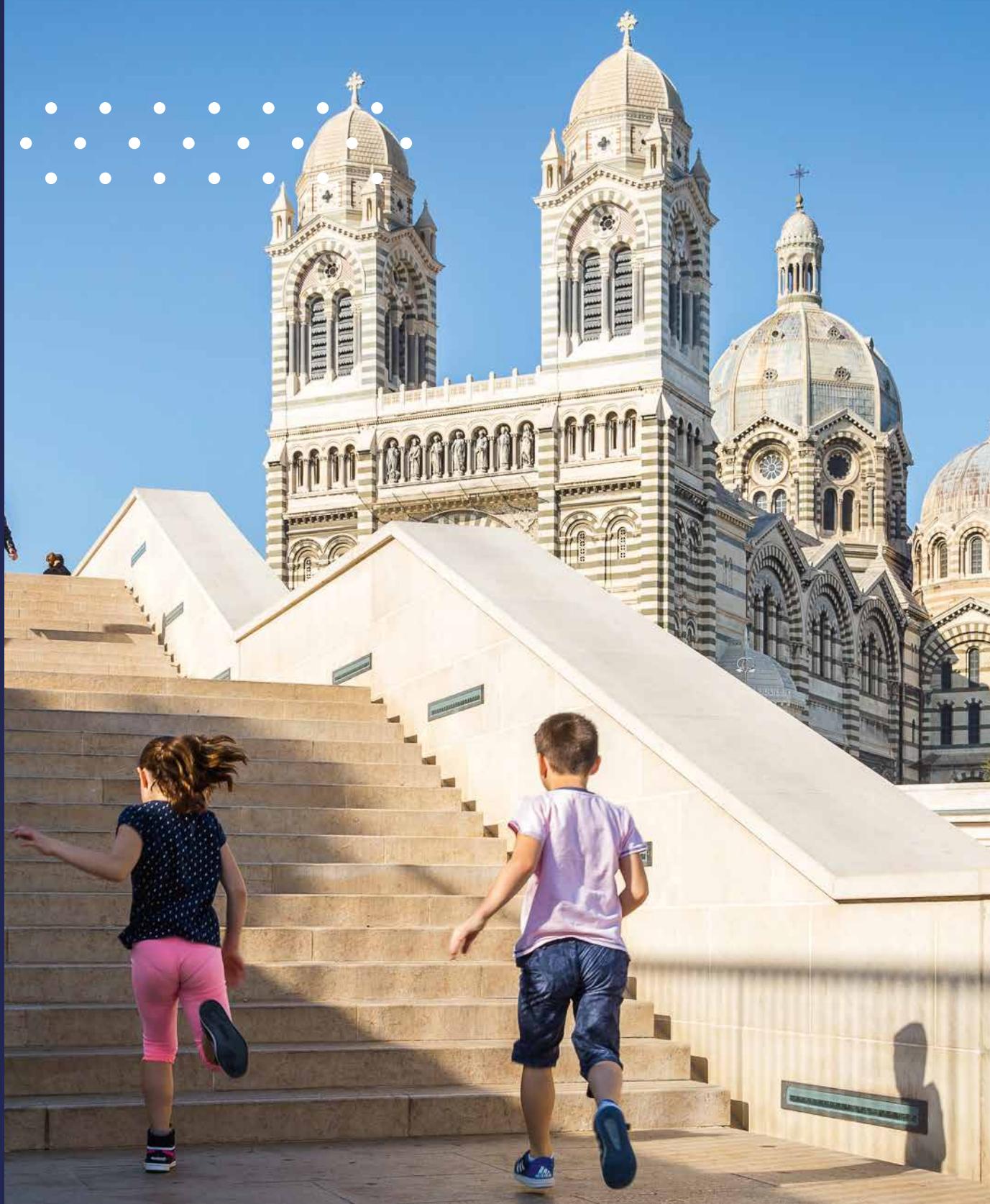
*Enhance and improve
our decision support tools*

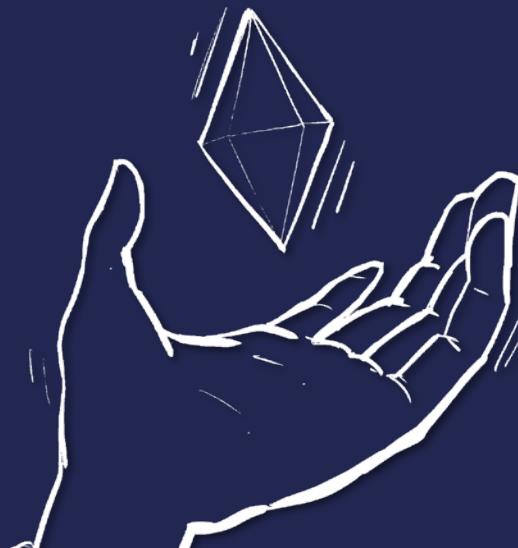
À travers trois documents servant l'attraction d'entreprises :

- . le guide des incitations financières et fiscales;
- . le catalogue des sites d'implantation;
- . le guide de l'immobilier tertiaire.

Through three documents that facilitate the attraction of companies to the territory

- . *The guide to financial and tax incentives*
- . *The catalog of business locations*
- . *The guide to commercial real estate*

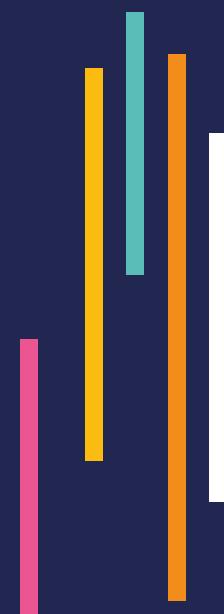




5

LES RAISONS D'INVESTIR EN PROVENCE

*REASONS TO INVEST
IN PROVENCE*



LES 6 SECTEURS D'EXCELLENCE DU TERRITOIRE

6 strategic sectors

Provence Promotion prospecte sur chaque grande filière

Provence Promotion is prospecting in each major business category

RHÔNE

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Digital economy

Aix-Marseille-Provence, métropole de la French Tech avec les futures réalisations de La Plateforme, Campus Théodora, Reality 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 / ÉCO-INDUSTRIES

Energy / eco-industries

La Provence, terre de transition énergétique et d'économie industrielle avec la ZIBAC.
Provence is a world leader in renewable energies and green industries with ZIBAC.

SANTÉ / BIEN-ÊTRE

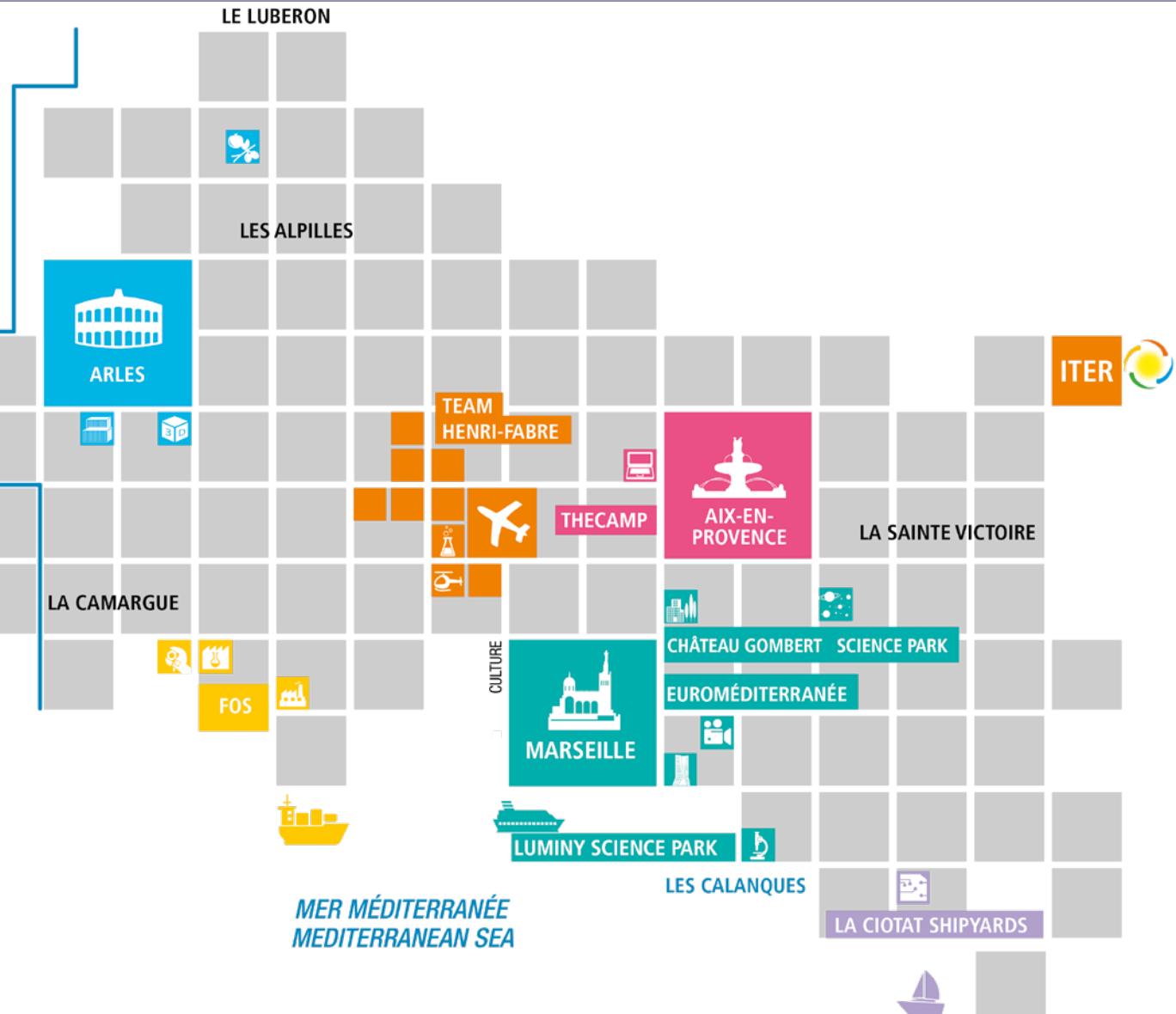
Healthcare / well-being

Plateformes de recherche translationnelle ouvertes aux entreprises avec un pôle d'entreprises santé de 30 000 m² à proximité 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.



ATTIRER DES ENTREPRISES

Attracting investments

LES PROJETS TOTEM DU TERRITOIRE

Landmark projects in the territory

Provence Promotion attire les entrepreneurs qui aideront à la réussite de projets phares.

Provence Promotion is attracting entrepreneurs that are boosting the success of landmark projects



MARSEILLE IMMUNOPÔLE

- . Ciblé immunothérapie : segment à plus forte croissance
- . Une expertise technologique unique : l'anticorps monoclonal (mAbs)
- . Un biotope favorable : + de 1000 médecins/chercheurs, + de 80 000 échantillons, + de 200 partenariats industriels
- . Une ambition partagée : soutenu par le Programme d'investissement d'avenir du gouvernement

- . *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)*

ITER

- . Un projet de 20 milliards d'euros
- . Un centre expérimental mondial de R&D autour de la fusion nucléaire (USA, Europe, Japon, Corée du Sud, Russie, Inde et Chine)
- . *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.*



PLATEFORMES INDUSTRIELLES

Industrial platforms

- . 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 quatre plateformes
- . 1 milliard d'euros d'investissements en cours
- . + de 300 entreprises sous-traitantes leaders sur leur marché
- . 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

- . À l'horizon 2020-2025
- . 7 000 emplois, 150 hectares de zone d'activités
- . 100 millions d'investissements public/privé sur les plateformes collaboratives et le technocentre
- . 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 Technocenter innovation research facility



FRENCH TECH AIX-MARSEILLE RÉGION SUD

- . Plus de 900 start-up impliquées
- . 15 tech champions
- . + 13 % de croissance annuelle
- . 7 programmes d'accélérateurs
- . *More than 900 start-ups in the local tech ecosystem*
- . *15 recognized technology leaders*
- . *+ 13% annual growth*
- . *7 different business incubators or accelerators*

EUROMÉDITERRANÉE

- . Une opération d'intérêt national, une labellisation ÉcoCité, 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
- . *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*

4 MOTIFS D'INVESTISSEMENT

cités par les entreprises implantées

4 drivers for investment cited by incoming companies

1



CROISSANCE ÉCONOMIQUE *Economic growth*

du territoire reconnue parmi les cinq 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.

2



OUVERTURE AU MONDE *Open to the world*

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

Its prime location for global trade allows businesses to expand into international markets.

3



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.

It meets the need for open innovation, having the highest concentration of competitiveness clusters in France.

4



BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS *Employee well-being*

répondant à l'objectif d'attraction de talents.

It's creating the conditions to attract top talent.



6

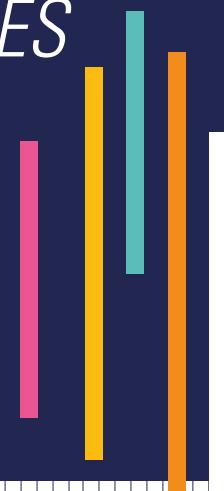
NOS

INTERLOCUTEURS

ET Outils

AU SERVICE DES
INVESTISSEURS

*OUR TEAM AND RESOURCES
TO SERVE INVESTORS*



LES OUTILS

Our resources

Provence Promotion développe une gamme d'outils renouvelée régulièrement pour répondre aux investisseurs :

un web media, une prospective sur le futur des lieux de travail, 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

INVEST IN PROVENCE

VOTRE ENTREPRISE A UN PROJET D'INSTALLATION EN PROVENCE ?

Retrouvez toutes les informations du territoire sur notre média.

Does your company have plans for a project in Provence? All the information about the territory is available on our site.

investinprovence.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.

www.investinprovence.com/filières-excellence

Notre guide des incitations financières et fiscales à l'implantation.

Our guide to financial and tax incentives for new investments.

www.investinprovence.com/accompagnement

VOTRE FAMILLE PROJETTE DE SE RELOCALISER EN 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.

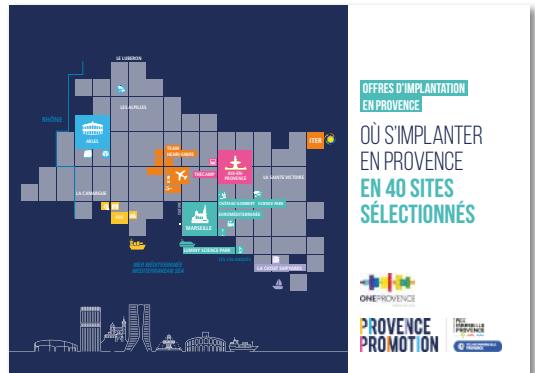
Is your family planning to relocate to Provence? Discover 16 distinct residential locales in the Bouches-du-Rhône, including the Mediterranean coastline, the inland hillsides, the Camargues marshes, the iconic Sainte Victoire area near Aix, and the Calanques inlets.

living-working-provence.com

LIVING & WORKING in PROVENCE

CONSULT OUR GUIDES
to discover attractive sites in the region
www.living-working-provence.com

PROVENCE PROMOTION | REGISSION PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
www.investinprovence.com



DEUX PROGRAMMES SPÉCIALISÉS

Two specialized programs

START IN PROVENCE

VOUS ÊTES UN CRÉATEUR D'ENTREPRISE VENANT D'AILLEURS

You are a start-upper coming to Provence.

startinprovence.com

GO BETWEEN IN PROVENCE

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.

gobetweeninprovence.com

UNE COMMUNAUTÉ DANS LE MONDE

A community across the world

VOUS ÊTES UN ENTREPRENEUR ORIGINAIRE DE PROVENCE À L'ÉTRANGER ?

You have the possibility of becoming an ambassador Massilia Mundi abroad.

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

www.massiliamundi.com



CONTACTS

Your contacts



Direction générale

Philippe Stefanini

CEO

p.stefanini@provence-promotion.fr

Secrétariat général

Yves Faverjon

General Secretary

y.faverjon@provence-promotion.fr

Votre entreprise
se projette en Provence

Your business sees its future in Provence

PROSPECTION ET FILIÈRES

Christophe Perez

Head of inward investments

c.perez@provence-promotion.fr

Votre entreprise veut faire
connaître son investissement

Your business wants to promote its investment

MARKETING ET COMMUNICATION

Alexandre Venec

Head of marketing and communication

a.venec@provence-promotion.fr

Votre entreprise s'implante
en Provence

Your business is locating to Provence

IMPLANTATION ET OFFRE TERRITORIALE

Laurence Soldermann

Head of launch support

l.soldermann@provence-promotion.fr

Vous voulez faire rayonner
la Provence économique
à l'international ?

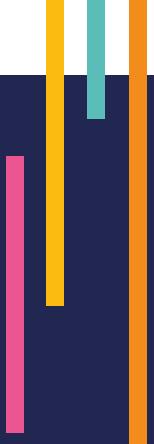
*You want to help the Provençal economy
shine around the world?*

INTERNATIONAL ET STRATÉGIE

Matthieu Vis

Head of international and strategy

m.vis@provence-promotion.fr

**Crédits photo**

Provence Promotion
Scalian
Grand Port Maritime de Marseille-Fos
Établissement Public d'Aménagement
Euroméditerranée
Provence Tourisme
Thecamp
Anthony Costa
CMA CGM
Clap Productions
Horue Movie

Illustrations

Yann Chapus

Conception et création graphique

www.surlestoirs.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

info@investinprovence.com

investinprovence.com