

Le Figaro - lundi 7 juin 2021

ÉCONOMIE

La concurrence accrue des régions pour séduire les entreprises étrangères

MARIE VISOT

Dans cette agence régionale d'attractivité, on ne prend pas de gants : *« Évidemment, on ne le dira jamais comme ça ; mais bien sûr, on joue sur le "Quitter Paris" ! »* Encore plus depuis la crise du Covid-19 et les confinements successifs, la concurrence entre les régions, et a fortiori entre les agglomérations, bat son plein pour attirer les cadres et les entreprises étrangères. Toutes jouent sur leur cadre de vie, les mois passés ayant encore davantage fait prendre conscience à quel point un appartement plus grand, voire une maison avec jardin, le tout sans avoir à prendre le métro ou à passer des heures dans les embouteillages en voiture, avait une saveur agréable...

Pour elles, il ne s'agit bien sûr pas de dénigrer la région capitale. Mais d'insister sur leurs propres qualités, que Paris a tendance, de son côté, à perdre - même si l'Île-de-France n'est pas près de se faire détrôner de sa première place sur le podium des investissements étrangers, tant la proximité avec les lieux de décision et la main-d'œuvre disponible sont importantes pour les entreprises.

Toutes affûtent donc leurs arguments. François Navarro, directeur de Hello Lille, l'agence d'attractivité de la métropole du Nord, n'en manque pas : *« Nous mettons en avant notre situation géographique, entre Paris, Bruxelles et Londres - donc très proche des grandes villes. Mais surtout, en ce moment, nous insistons sur la stabilisation du foncier. Le Covid a fait réaliser aux entreprises qu'elles payent des espaces immobiliers non utilisés, et nous sentons bien qu'elles sont sensibles à cet aspect. »*

Offre globale

L'agence a relancé ses missions à l'étranger, de véritables opérations séduction, au cours desquelles elle insiste aussi sur le nombre d'espaces de coworking installés dans la ville, *« une ville où l'on fait tout à pieds »*. *« Évidemment, on renforce aussi en ce moment le discours sur le cadre de vie »*, souligne François Navarro.

Les collines provençales et le bord de mer, Philippe Stefanini, directeur général de Provence Promotion, les vante depuis toujours. Bien conscient que *« tout naturellement, une entreprise étrangère va se diriger dans la capitale »*, il voit néanmoins les choses évoluer depuis quelques années. Entre les « gilets jaunes », puis la grève des transports pour la réforme des retraites qui ont *« perturbé le fonctionnement de la capitale »*, et maintenant la crise du Covid, *« le raisonnement d'une entreprise qui veut fidéliser ses talents est aujourd'hui différent. Avant, les familles suivaient l'entreprise, maintenant c'est l'entreprise qui suit les familles »*, assure-t-il. Il y a trois ans, l'agence lançait une plateforme Living and Working Provence, pour apporter une offre globale d'aide à la décision d'installation. Elle se renforce aujourd'hui avec l'accompagnement personnalisé de Be Welcome.

« On ne va pas décentraliser la place financière parisienne. Mais les fonctions support, de R&D ou l'industrie, sont une opportunité pour nous », souligne Philippe Stefanini, en rappelant que 48 % des 65 entreprises qui se sont installées en 2020 avec l'aide de Provence Promotion étaient des entreprises étrangères. Et d'insister aussi sur la cité scolaire en anglais qui doit ouvrir à Marseille pour la rentrée 2024, sur les tiers-lieux qui vont s'installer au sein des campus de l'université d'Aix-Marseille, mais aussi sur le nouveau bureau de liaison que l'agence vient d'ouvrir aux États-Unis - incluant un accord avec des business school qui leur identifient des entreprises prioritaires à faire venir.

Hausse des prix

Mais d'autres territoires n'éprouvent pas le besoin d'exacerber la concurrence avec la région parisienne. C'est, par exemple, le cas de la région Bourgogne-Franche-Comté. *« La région a toujours accueilli des entreprises qui cherchent une certaine qualité de vie pour leurs cadres, mais cela ne s'accélère pas avec le Covid »*, relève Arnaud Marthey, président de l'Agence économique régionale.

À Angers, la situation est encore différente. La ville, classée depuis plusieurs années dans le top 10 des lieux où il fait bon vivre, n'a pas eu besoin d'adopter une action plus offensive d'attractivité ces derniers mois. *« Nous avons juste renforcé la veille et la*

captation des signaux, pour pouvoir nous précipiter sur des dossiers qui nous paraissent intéressants », explique Jean-Baptiste Mantienne, directeur général d'Angers Loire Développement. Mais pas plus... « *Notre problème aujourd'hui est plutôt d'éviter la crise de croissance et de trouver les mètres carrés de bureaux et les hectares de foncier pour accueillir les entreprises qui veulent venir chez nous. La même tension existe également sur le logement avec, par ailleurs, une hausse des prix de l'immobilier de 16 %, qui fait suite à trois années consécutives à + 9 %* », explique l'Angevin, victime du succès de son territoire ! M. VT.

Le Figaro - lundi 7 juin 2021