

Ces grandes entreprises accompagnent le territoire Marseille Provence dans son essor économique ; elles ont trouvé naturel de l'épauler aussi dans sa dynamique culturelle. Coût de leur engagement : 1,5 million d'euros chacune. Pour que demain, Marseille Provence soit encore plus attractive pour les entreprises d'ici ou d'ailleurs...

Anne-Marie Colombier

Déléguée régionale EDF en Paca

Anne-Marie Colombier est en charge depuis 2010 de la coordination des activités du Groupe EDF en Paca, après avoir fait toute sa carrière au sein de l'entreprise, dont 10 ans en poste à Marseille.

« Pour devenir partenaire officiel de Marseille Provence 2013 nous avons collecté les fonds nécessaires auprès du Groupe et de la Fondation EDF, mais aussi mobilisé l'ensemble des métiers présents sur le territoire, car cet événement porte des ambitions très fortes en matière de rayonnement national et international et correspond à notre démarche d'accompagnement quotidien de l'essor économique de la métropole et de la région », explique-t-elle.

En tant qu'acteur majeur de l'hydraulique, EDF a choisi de soutenir toutes les productions artistiques



Photo P. Giudicelli

liées à l'eau, une continuité de son engagement auprès du Forum mondial de l'eau en 2012, à Marseille.

« Ce partenariat, souligne Anne-Marie Colombier, a la capacité de mobiliser les 7 000 collaborateurs présents en Paca, tous secteurs confondus. Il permet aussi au Groupe de valoriser sa démarche RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) en mettant en valeur la diversité, le partage et l'échange. »

Dans cette optique EDF soutient aussi des manifestations impliquant ses salariés, tel un Atelier de l'Euro-méditerranée à la centrale de Martigues ou le mécénat de compétence entre ses ingénieurs et le Groupe F, producteurs du feuillet pyrotechnique Révélations.

E.L

Gérard Goninet

Président d'Eurocopter France



Photo X DR

A ceux qui craignaient que sa mention de leader mondial des hélicoptères rende son implication sur le territoire plus aléatoire, Eurocopter prouve le contraire en étant l'un des partenaires principaux de Marseille Provence 2013. Une évidence pour Gérard Goninet, président d'Eurocopter France qui entend bien utiliser tous les ressorts de l'événement. « Notre implication repose sur une triple vocation, indique-t-il. D'abord, interne, pour que nos collaborateurs se sentent acteurs de cette capitale européenne de la culture. Ensuite, parce que notre rôle dans la région implique que nous en soyons aussi un promoteur ardent, car la réussite de l'événement aura forcément des retombées positives sur l'image du territoire. Enfin, et surtout, nous entendons y associer nos clients du monde entier. Tout au long de l'année, nous les inviterons à des manifestations, pour qu'eux-mêmes deviennent demain, dans leur propre pays, des porte-parole de la dynamique engagée en Provence ». Pour Gérard Goninet, la force collective émanant des initiatives liées à Marseille Provence 2013 contribue à faire progresser un autre dossier qui lui tient à cœur en métropole ! « En apportant sa contribution active, le monde économique a démontré son engagement. Il a le droit donc d'être entendu quand il formule des souhaits sur d'autres grands projets de transports ou d'infrastructures, d'organisation du territoire, nécessaires à la croissance de l'économie et de l'emploi dans le territoire de la région ».

> Partenaires officiels

Raymond Llanes

Délégué régional
de La Poste

Il n'a pas fallu longtemps pour l'en convaincre. Nommé délégué régional de La Poste en septembre 2009, Raymond Llanes signe dès janvier 2010 une convention entre son groupe et MP2013. La Poste devient ainsi le premier partenaire officiel de l'association. Le groupe connaît déjà les capitaux européens de la culture (CEC), ayant soutenu Lille 2004, et peut se targuer d'être un soutien important de la culture sur le territoire, notamment avec son mécénat auprès du FID ou du festival d'art lyrique d'Aix. Catalan élevé à Toulouse, Raymond Llanes fut, c'est vrai, déçu pour la ville rose (candidate comme Marseille en 2008), mais tout aussi impatient de participer à MP2013. Le territoire phocéen, il l'a découvert au fil des pages de Jean-Claude Izzo, alter ego phocéen de Manuel Vasquez Montalban, l'un de ses héros catalans. Car Raymond Llanes, sous une apparence placide, est passionné par le roman noir, bien serré de préférence. « Curieux de



tout », il est un fervent soutien de l'année capitale, et veut faire de la Poste « son premier messager ». A cet effet les bureaux et les véhicules de l'entreprise arborent, depuis le 6 novembre, le logo et les couleurs de la CEC. Raymond Llanes, self-made man qui débuta sa carrière au guichet d'un bureau du quartier latin en plein Mai 68, a une seule exigence : que 2013 parle à tous, parce qu'il « ne croit pas à la culture élitiste ».

G.G

Emmanuel Barthélémy

PDG de la SMC

« Nous sommes le seul des cinq partenaires à être régional, notre engagement en tant que banque de proximité attachée à son territoire était naturel, logique, et évident ».

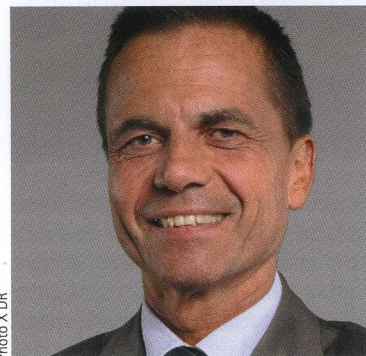


Photo X.DR

comme on dit à Marseille, Emmanuel Barthélémy est loin d'être novice dans le domaine de l'art et de la culture. Vice-président de « Mécènes du Sud » dont il a été l'un des fondateurs en 2003, il a impliqué la SMC dans le mécénat culturel aussi bien pour le festival international de piano de la Roque d'Anthéron que pour Musicatreize ou la Fondation Monticelli. Ce grand amateur de peinture impressionniste a également donné une dimension de partenariat entrepreneurial à la banque en soutenant Busiboost, Euromed Management (devenue récemment Kedge) et en étant particulièrement proche des plates-formes d'initiative locale et réseaux de Business Angels. Membre fondateur de Massilia Mundi, qui œuvre pour le rayonnement de Marseille-Provence dans le monde, vice-président de l'UPE 13 et du Comité régional des banques, Emmanuel Barthélémy précise que le ralliement à un tel événement est « un facteur de cohésion interne » alors que la SMC, suite à son rachat par le Crédit du Nord, a intégré les agences de ce dernier et de la banque Courtois (au total : 173 agences, 1 600 salariés, 350 000 clients). Cerise sur le gâteau, la SMC soutient aussi le projet de l'artiste Kader Attia sur la Digue du large.

M.O-H

Vincent Parisot

Directeur régional des
partenariats Orange

Né à Salon-de-Provence, très attaché à la région, Vincent Parisot y est resté pour suivre un cursus universitaire à l'école de commerce de Toulon. Mais pour le DESS Marketing, il a fallu s'exiler à Paris. Après quelques années au département multimédia du groupe Orange, l'opportunité lui a été donnée de retrouver la Provence qu'il a, comme il dit, « chevillée au corps ». Il est à Marseille depuis 8 ans, directeur de la communication (interne et externe) d'Orange pour la région et responsable des partenariats. C'est lui qui a mis en place la participation du groupe à Marseille-Provence 2013. « Avec 8 000 salariés sur la région, dont 3 000 sur les Bouches-du-Rhône, l'ancrage dans la vie de la cité est essentiel pour nous. MP 2013 est une formidable opportunité. » En interne, Orange pourra faire participer ses salariés à un grand nombre de manifestations et d'événements. Vis-à-vis du public, Vincent Parisot est particulièrement fier de la création d'une application pour les smart-phones qui permettra aux visiteurs d'avoir accès non seulement au programme des événements mais aussi à un contenu historique et descriptif. Une géolocalisation identifiera instantanément les manifestations proches de



Photo X.DR

l'utilisateur du smart-phone. Après le Château de Versailles, MP 2013 sera le deuxième événement à bénéficier d'une telle application.

L.B

Delphine Brosse

Responsable
ventes et marketing
chez Sibell

Le spécialiste des chips emploie 150 salariés et s'active dans la zone commerciale des Paluds, à Aubagne. Convaincue de miser sur l'année de la culture, la petite société s'est ralliée à la communauté des supporters, contribuant à hauteur de 15 000 € au succès d'un événement considéré comme majeur. « Nous aurions bien sûr préféré être associés à un projet, mais nous n'avions pas le budget nécessaire. La somme apportée ne se substitue même pas à un budget existant, nous l'envisageons donc comme une opération de marketing-communication », précise Delphine Brosse. Différents points ont incité l'équipe dirigeante à soutenir la manifestation : « Nous sommes en recherche de notoriété car nos circuits de distribution ne sont pas grand public. Nous avons ainsi pensé que MP2013 pourrait être l'occasion d'acquérir davantage de visibilité, d'inviter nos clients à l'occasion de manifestations prestigieuses. Mais nous sommes aussi très heureux de nous associer à l'événement, tout simplement ».

L.D



Photo François Moura

Éric Berger

Directeur général AXA
région Sud-Est



Photo X.DR

Après avoir passé son enfance dans l'Ouest puis roulé sa bosse en France et en Europe, Éric Berger, 45 ans, partage désormais son temps entre Lyon, Marseille et Nîmes, les trois sites composant la Direction régionale Sud Est d'AXA. Son entreprise est partenaire projet de l'exposition Raoul Dufy, à Martigues.

« AXA a depuis longtemps des liens très fort avec Marseille où exercent près de 500 collaborateurs et agents généraux du groupe, explique-t-il. Cette présence historique et les relations actives que nous entretenons avec les milieux économiques de la métropole nous ont convaincu, et au premier chef Nicolas Moreau président directeur général d'AXA France, de devenir un partenaire de Marseille Provence 2013. »

Motivation essentielle : participer à la valorisation du potentiel de la métropole et témoigner qu'AXA s'y intéresse de près.

« Participer à un événement européen avait par ailleurs du sens, puisque l'entreprise est implantée dans toute l'Europe et c'était également cohérent avec le mécénat culturel qu'elle pratique régulièrement », poursuit Éric Berger.

Cet ingénieur issu de l'Ecole Centrale de Paris eu notamment pour mission de choisir l'opération à sponsoriser. « Mon équipe et moi avons finalement opté pour l'exposition Dufy, parce qu'elle est facile à exploiter au niveau de notre communication interne. Nous voulons que notre engagement profite à tous les acteurs de l'entreprise. »

E.L

Exposition Raoul Dufy, musée Ziem, Martigues13 juin-13 octobre 2013

Priscilla

Borrelly-Dousse

Directrice de Sartorius
Stedim Biotech

Née à Aubagne, elle savoure le plaisir d'y diriger le siège social de Sartorius Stedim Biotech (400 laboratoires), spécialiste du développement et de la fabrication de poches stériles à usage unique dans le milieu biopharmaceutique (200 personnes dans le monde, 477,3 M€). Egalement vice-présidente



Photo Sartorius Stedim Biotech

dente des RH pour l'Europe de Priscilla Borrelly-Dousse, à qui avait donné sa chance à 26 ans comme responsable des ressources humaines chez Legrand, avoue que ce domaine la passionne : « on accompagne le capital humain lequel rien ne peut se faire et constitue l'avenir de l'entreprise », explique celle qui a aussi assumé cette fonction chez ABB. « J'ai été basée à Grenoble, Manosque, et à Aubagne », poursuit-elle. Interrogée dans Marseille-Provence en soutenant le projet « The Clock of Time » qui clôturera à Marseille le 20 mai prochain, la Folle histoire des Arts de la Rue, elle commente son choix : « En tant qu'actrice économique locale, nous devons soutenir les efforts pour l'amélioration de l'image de Marseille. D'une part, cette visibilité devrait permettre d'attirer des talents, nous recrutons et ouvrons des écoles de formation nos opérateurs ».

> Partenaires projets & supporters

Financièrement ou en nature, nombreuses sont les entreprises impliquées pour faire de l'année capitale un succès. Quelques exemples...

Frédéric Bôl

Président du directoire de Viveris REIM

Lorsqu'il crée, il y a 5 ans, Viveris REIM, Frédéric Bôl a une certitude : le siège social sera à Marseille. « *Un choix de cœur, plutôt que de raison car la majorité de nos clients, à qui nous proposons de la gestion de fonds immobiliers, sont des institutionnels parisiens* », sourit ce marseillais d'adoption.

Participer à Marseille capitale européenne de la culture, s'est donc « *imposé comme une évidence ! Je tiens à contribuer à redonner une image positive à cette ville* », ajoute-t-il.

Frédéric Bôl a fait toutes ses études – dont un DESS Finances – dans la capitale phocéenne. Après avoir démarré sa vie professionnelle dans la banque Rothschild, à Paris, il revient à ses amours de jeunesse et intègre la banque Martin Maurel puis le groupe Prado/Prémalliance, avant de se lancer dans la finance immobilière. A 52 ans, il a réussi son pari : avec 30 salariés dont 20 à Marseille, Viveris REIM réalise un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros.

« *Nous sommes restés discrets localement. 2013 sera l'occasion d'être plus visibles, et d'inviter nos prospects et clients à un événement valorisant. Nous voulons aussi montrer que nous sommes un acteur territorial en développement, conscient de sa responsabilité sociétale. Le choix du projet soutenu – l'exposition en plein air Le Marseille des photographes – est symbolique de cette ouverture.* »

E.L

Le Marseille des photographes, du 1^{er} juin au 4 août, place Bargemon, Marseille



Didier Bertrand

Fondateur et gérant de Immobilière Le Marquis

« *A mes yeux il y a un lien naturel entre mon métier d'agent immobilier, qui touche aux matériaux, à l'architecture, à la décoration, et le travail des artistes. Comme eux aussi, je suis, dans ma profession, un trublion qui se questionne sur l'évolution de la société... Il me semblait donc tout naturel de participer à ma modeste échelle à la magnifique aventure de Marseille Provence 2013.* »

Fondateur il y a 4 ans d'une agence immobilière axée sur l'accompagnement du client, qui emploie aujourd'hui 6 salariés, Didier Bertrand a l'art dans le sang. Passionné lui-même de sculpture et de peinture contemporaine, il a été auparavant directeur communication et

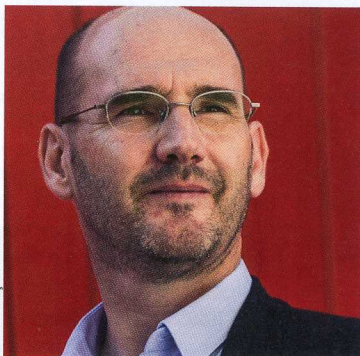


Photo François Moura

marketing de Vacances Bleues et, à ce titre, a participé à la création de l'association « Mécènes du Sud ». Il s'est aussi impliqué dans la Fondation Vacances Bleues.

Aujourd'hui c'est un chef d'entreprise satisfait – son activité progresse – et actif. Administrateur de la Fnaim dans les Bouches-du-Rhône, ce Champenois de 48 ans, installé en Provence depuis 20 ans, est aussi élu à la CCIMP, s'investit dans la filière design et dans diverses commissions dont celle du Tourisme. Il est d'autant plus sensibilisé à l'impact attendu de l'événement Capitale de la culture qui va, se réjouit-il, « *imprimer sa marque sur tout le territoire* ».

E.L

Didier Heurtier

Président de l'Union française des transports à moto

« *Nous sommes cinq entreprises de transport de personnes à moto sur Aix-Marseille pour six véhicules, et notre activité a un gros potentiel de développement. Mais elle est encore récente et j'ai pensé que nous avions intérêt à jouer collectif pour la faire croître...* ».

PDG de TreZ à l'heure, Didier Heurtier, est aussi président de l'Union française des transports à moto, et, à ce titre, a proposé à ses collègues de s'investir ensemble, dans Marseille Provence 2013.

Deux ont répondu présents : Jean Noël Diot, de 3T-Moto 13, et François Charret, de LibertyCab.

Ces motards chevronnés, qui font régulièrement des stages de pilotage sur piste, et ont atteint, « *avec la quarantaine, sagesse et expérience* », proposent à leurs clients de leur faire gagner du temps, en respectant scrupuleusement le code de la route mais en évitant les embouteillages.



Photo François Moura

Ils les amènent à leurs rendez-vous – en ville mais parfois aussi jusqu'à 500 km de distance – sur de puissants et confortables modèles haut de gamme, équipés en hiver de sièges et dossiers chauffants.

« *Nous avons proposé nos services à Marseille Provence 2013 pour les aider à organiser les transports* », précise Didier Heurtier. « *Nous prévoyons d'augmenter notre parc, et nous avons tous un réseau de pilotes expérimentés que nous pouvons mettre sans problème en réseau.* »

E.L

Fournisseurs 2M€ d'aide en nature

Avec trois fournisseurs « officiels », apportant une contribution en nature d'au moins 500 000 € chacun, et huit autres fournisseurs, Marseille Provence 2013 a réussi à collecter plus de deux millions d'euros d'aide en nature.

Marseille Provence 2013 devrait avoir d'ici peu la confirmation définitive de l'engagement de la SNCF en tant que fournisseur officiel, aux côtés d'Accor et d'Air France qui, comme elle, avaient soutenu Lille, en 2004.

Du côté d'Accor, Patrick Théry, directeur des opérations Marseille - Aix-en-Provence, explique : « notre groupe est fortement ancré sur le territoire métropolitain, avec 55 hôtels de 12 marques différentes, et place son partenariat sous le signe du « vivre ensemble » car l'interculturel est un parti pris fort du Groupe. J'espère assister ici à un engouement aussi populaire que celui que j'ai vécu à Lille, où j'étais hôtelier ». Accor soutient également le festival Cuisines en Friche. Heureux hasard pour Air France : la signature en juillet 2011 de son engagement comme transporteur officiel a coïncidé avec l'ouverture à Marseille de sa première base régionale qui aura ainsi une occasion exceptionnelle de promouvoir ses 26 lignes françaises, européennes et méditerranéennes. « C'est d'abord cette visibilité en tant que destination touristique internationale que



Photo X DR

Les chefs du traiteur La Truffe Noire mettent au point leurs recettes pour l'année 2013...

nous avons « achetée », souligne Hugues Heddebault, directeur régional, puisque nous participerons à tous les événements de communication organisés par MP 2013 dans les grandes villes européennes, où nous mènerons nous aussi campagne ». Air France est par ailleurs partenaire de cinq manifestations.

Montrer son savoir faire...

Huit autres entreprises s'engagent à contribuer à hauteur de 100 000 €, en tant que « fournisseurs ». La RTM et Réseau Ferré de France mettent à disposition leurs espaces de communication et Résotainer (Marseille) ses containers ; tandis qu'ONET (58 000 salariés et 1,4 milliard € de CA) s'engage sur la sécurité et la propreté du J1.

« Cet événement a déjà profité à notre ville et notre région en termes d'infrastructures. C'est une formidable opération de communication en faveur de notre territoire, de sa population et de ses entreprises », estime Gilles Lafon, directeur délégué Relations extérieures grands comptes, vice-président du Conseil de surveillance du groupe ONET. « Nous

souhaitons aussi faire vivre un projet culturel en interne sur lequel les collaborateurs se mobilisent ».

De son côté, Haribo (800 salariés et un CA de 200 M€), a conditionné 500 000 sachets de 40 grammes de couleurs de Marseille Provence pour ses visiteurs. « Ce clin d'œil-douceur est la seconde plus grande opération de la tournée du tour de France (1,5 million de sachets), sourit Jean-Philippe André, président du directoire. Quand on s'appelle Haribo et qu'on est basé à Marseille, on ne peut pas passer à côté d'un tel événement. Surtout lorsqu'on est amené à défendre - régulièrement et difficilement - l'image de notre territoire à Paris ! Pour la Truffe Noire, en pleine croissance (6,3 M€ en 2011 pour 38 salariés) qui a été le traiteur du Forum mondial de l'eau en 2012, « 2013 sera l'occasion de témoigner avec éclat de notre capacité à gérer des volumes de plus en plus importants », estime la PDG Michèle Lanckman. L'attente : gagner une légitimité européenne. Du coup, Richard Tucito et d'Anico, les deux chefs, s'activent à imaginer des mariages Méditerranéens. Cela vous dirait une panacotta au veur calisson ?

Elisabeth L.



Photo ONET

ONET veillera à la sécurité et la propreté du J1.



Air France sera le transporteur officiel de Marseille Provence 2013.