

Programme de préfiguration Smart Métropole

Travail sur les verrous juridiques et financiers à lever

Identification des sites d'expérimentation

- Action de la **Métropole**, à **moyen terme** : poursuivre la mise en œuvre du programme de Préfiguration de la Smart Métropole
- Action de la **Métropole**, à **moyen terme** : recenser et caractériser les grands sites sur lesquels peuvent être déployées les expérimentations ; agréger les démarches engagées par les partenaires du territoire.
- Action de la **Métropole**, à **moyen terme** : préciser les conditions juridiques et financières au lancement de challenges d'innovation.

## D. Faire rayonner les capacités d'innovation du territoire

L'écosystème métropolitain de l'innovation est remarquable de par sa richesse et sa densité. Il peine cependant parfois à porter un message global, univoque, sur les ressources dont il dispose et le positionnement des différents acteurs, ce qui affecte sa lisibilité pour les entrepreneurs songeant à implanter et développer leur projet d'innovation sur le territoire.

C'est pourquoi un groupe de travail dédié a mené une réflexion collective portant sur le « positionnement marketing de la métropole en matière d'innovation ». Ce travail s'est poursuivi depuis dans l'objectif de se donner les moyens de mettre en exergue les ambitions partagées et les éléments collectivement perçus comme différenciant qu'il apparaît pertinent de valoriser.

Il s'agit en effet pour le territoire et ses acteurs d'être en capacité de porter collectivement un même positionnement, de faire le récit des dynamiques à l'œuvre au sein de l'écosystème et de valoriser sa trajectoire, pour, in fine, assumer cette ambition de « s'affirmer territoire d'innovation et d'expérimentation d'ambition européenne ».

### \* **Affirmer le positionnement marketing du territoire en matière d'innovation**

La métropole et les acteurs de l'écosystème sont donc dans une phase de construction de ce positionnement et de sa déclinaison pour les différentes cibles identifiées. Ceci afin de mettre en œuvre des stratégies dédiées et de porter les messages associés.

Le positionnement global retenu recouvre une double dimension :

- Aix-Marseille Provence est la 1<sup>ère</sup> métropole de France après Paris. Cette position induit des « impératifs » pour le territoire et ses acteurs : elle doit se refléter dans une stratégie à la fois ambitieuse et au niveau des standards internationaux. Il s'agit donc ici d'assumer un positionnement de « challenger » de Paris en matière d'innovation.
- La position géostratégique du territoire métropolitain à l'interface des mondes africains, méditerranéens et européens, les liens

multiples et historiques de Marseille avec ces espaces, les dynamiques et la densité d'un écosystème déjà en partie engagé dans des collaborations avec les pays concernés, font d'Aix-Marseille Provence un véritable « Hub Europe-Méditerranée-Afrique » en puissance.

Le travail collectif a également permis d'avancer sur la définition de grandes cibles et de segment spécifiques à viser pour chacune d'entre elles :

- Les grands comptes locaux, notamment les industriels ;
- Les institutionnels et les investisseurs ;
- Les talents, et plus spécifiquement les CEO, la jeunesse formée et la jeunesse à former ;
- Les entreprises innovantes offreuseuses de solutions, endogènes et exogènes.

Pour chacune d'entre elles, des objectifs ont été fixés et des messages ou promesses à leur adresser définis.

La priorité étant la création d'une identité et d'une bannière communes, le choix a été fait de rattacher la communication à porter collectivement par les acteurs du Club Innov' Provence à **la marque One Provence**. Ceci doit permettre d'avoir un discours unifié sur l'attractivité du territoire en matière d'innovation et de faire en sorte que tous les acteurs puissent communiquer ensemble avec des messages et un support partagé.

Ce rattachement à la marque permettra également de mettre en avant des caractéristiques de l'écosystème d'innovation directement liées à ce qui fait l'essence de la marque One Provence : un écosystème riche et dense qui garde une dimension humaine ; une métropole du Sud, originale et authentique, territoire de possibles ; un territoire pour les créatifs, les aventuriers et les défricheurs ; une qualité de vie qui permet de trouver réel équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ; ... .

Les éléments de communication ainsi définis doivent ainsi permettre à la Métropole et à tous les acteurs de porter un discours commun et construit sur l'attractivité du territoire en matière d'innovation lors des grands événements internationaux auxquels ils participent.

Précision du positionnement / des cibles et des messages

Réalisation d'un Kit de communication partagé

Délégation MAMP à Vivatech /CES

- Action **engagée** pilotée par la **Métropole** : Décliner le positionnement « challenger de Paris / Hub de l'innovation Europe-Afrique » sur chacune des cibles et des segments identifiés.
- Action **engagée** pilotée par la **Métropole** : constituer, accompagner et promouvoir des délégations sur les événements nationaux et internationaux les plus prestigieux en matière d'innovation : Vivatech, CES Las Vegas, ... . Ces actions de représentation relèvent également de l'investissement des structures d'appui à l'innovation que la Métropole peut accompagner dans ce cadre.
- Action **engagée** pilotée par la **Métropole** : réaliser un kit de communication avec différents supports de promotion de l'écosystème d'innovation métropolitain, utilisable par chacun des acteurs.
- **Action engagée** pilotée par la **Métropole** avec ses partenaires : déployer une approche marketing spécifique pour les filières d'excellence (ex lancé sur la Healthtech.)

#### ✳ **Candidature au concours européen « iCapitale »**

La Commission européenne récompense chaque année les villes et métropoles dotées d'écosystèmes d'innovation inclusifs en décernant le Prix de la Capitale européenne de l'innovation. Ce prix identifie les écosystèmes urbains qui relient citoyens, secteur public, universités et entreprises afin de stimuler l'innovation. Il a notamment vocation à accompagner villes et métropoles pour relever les défis sociétaux pertinents et en renforçant leur résilience urbaine.

Au vu des caractéristiques et des atouts de l'écosystème évoqués précédemment, que cette feuille de route partagée a pour objectif d'affirmer et de renforcer, la Métropole a décidé de présenter la candidature du territoire à ce prix pour l'édition 2022.

Un succès constituerait en effet un important levier potentiel d'attractivité et une reconnaissance européenne de la qualité des politiques métropolitaines en matière d'innovation. Il représenterait également un vecteur clé doté de ressources significatives pour mobiliser et structurer les différentes composantes de l'écosystème autour d'un programme d'actions concrètes et positives.

La candidature métropolitaine, construite à partir d'un grand nombre d'entretiens (interne métropole et partenaires), positionne le territoire comme le hub méditerranéen d'une innovation au service des citoyens et nourrie par les contrastes et la diversité qui

caractérisent le territoire. Avec l'objectif affirmé d'inventer et de développer un modèle de « métropole des possibles ». Avec une stratégie de création de ce modèle qui se décline autour de 5 briques complémentaires :

- **Expérimentation** : montrer la capacité du territoire à mobiliser des solutions innovantes dans l'exercice des politiques publiques pour répondre aux grands défis ;
- **Accélération** : mobiliser les acteurs et les outils pour une accélération tout au long du parcours, et stimuler l'innovation par le besoin territorial.
- **Construction d'écosystème** : permettre le passage de l'innovation spontanée à un écosystème structuré, gouverné, pérenne ;
- **Expansion** : partager, dupliquer et répliquer expérience et vision de la métropole des possibles à différentes échelles, depuis le territoire métropolitain lui-même, par l'ouverture sur l'ouverture du territoire sur l'Europe et l'Afrique ;
- **Vision innovante de la ville** : Donner une vision prospective de la Métropole en tant que ville innovante méditerranéenne durable

Le dossier de candidature, conçu autour d'une trame narrative qui promeut une "Innovating Diversity", permet de mettre en avant une masse critique de projets en lien avec les thématiques d'inclusion sociale et de transition écologique (l'Epopée, Coco Velten, Foresta, ...), un réseau dense de tiers lieux et un foisonnement d'initiatives visant à révéler les talents des quartiers Nord (le Carburateur, le Cloître, ...), les acteurs phares et lieux emblématiques de l'écosystème (CISAM, Technopole de l'Arbois, Accélérateur M, Marseille Innovation, Aix Marseille French Tech...) ainsi que les projets en faveur d'un modèle de ville méditerranéenne durable, qui se multiplient (Euroméditerranée, Cité de l'agriculture, ...).

Candidature au  
concours européen  
iCapitale

- ➔ Action **engagée** par la **Métropole** : constituer, déposer et promouvoir le dossier de candidature du territoire au titre de « Capitale européenne de l'innovation ».