

Les Hauts-de-France, une région attractive

Dans la continuité des études menées par KPMG en 2011 et 2014, Nord France Invest a demandé à KPMG de mesurer l'attractivité de la région « Hauts-de-France », dont les frontières se sont élargies depuis la dernière étude.

Pour ce faire, KPMG est allé à la rencontre de **138 entreprises à capitaux étrangers** implantées dans notre région sur les 1857 recensées.

A l'origine des implantations...

70% des entreprises étrangères qui investissent dans la région le font pour se développer commercialement. Le plus souvent, l'implantation résulte d'une acquisition d'entreprise (56%) ou d'une création (36%). La région s'affirme comme un bon vivier d'acquisitions et d'investissements. 74% de ces entreprises sont à capitaux européens, mais pour toutes, la position de la région est le critère d'implantation par excellence.

Des filiales optimistes, des perspectives encourageantes

Près de 6 filiales sur 10 sont en croissance, dont 15% en forte croissance. Les prévisions sur deux ans se révèlent très encourageantes avec des perspectives de croissance pour 76% d'entre-elles. L'implantation dans la région est ainsi perçue très favorablement : un atout pour 44% des répondants, stratégique pour 28%. 85% se disent d'ailleurs prêts à la recommander, 17% l'ayant déjà fait !

Une image positive des Hauts-de-France

Même si l'image sociologique négative véhiculée semble constituer le frein principal à l'implantation selon 34% des répondants, 88% ont une bonne image de la région. Ce taux atteint même 100% dans l'Artois et le Hainaut.

Un territoire marqué par des valeurs fortes

La convivialité de la population est associée à un certain nombre de valeurs : travail, solidarité, dynamisme, accueil, courage. Ces valeurs déjà relevées en 2014 pour le Nord-Pas-de-Calais sont également citées par les filiales situées en Picardie, de façon cependant moins marquante.

Une attractivité qui évolue dans le bon sens

Près de deux filiales sur trois estiment que l'attractivité de la région a évolué favorablement ces cinq/dix dernières années. Globalement, le marketing territorial visant à promouvoir une image moderne et dynamique est bien ressenti (pôles d'excellence, pôles logistiques, des projets tels que le canal Seine Nord, des implantations telles que Toyota et Amazon...)

Quelques difficultés subsistent...

Si la main-d'œuvre est jugée efficace, des problèmes de recrutement sont soulignés. Des progrès sont attendus sur son niveau de qualification, l'adé-

quation des formations aux besoins des entreprises et le niveau de maîtrise des langues étrangères. Les entreprises peinent également à attirer des profils extérieurs à la région.

Une qualité de vie qui s'améliore

L'évolution de la qualité de vie ces dix dernières années est considérée comme positive (53%). Des améliorations ont notamment été constatées au niveau culturel et touristique avec une offre loisirs large et variée, ainsi que pour le développement des espaces verts. L'enseignement supérieur ressort comme un atout (76% en sont satisfaits) et les infrastructures de santé ont la côte (72% de satisfaction).

Les atouts de la région sont bel et bien là : une position géographique centrale, des infrastructures à fort potentiel, une main d'œuvre productive mais aussi de fortes valeurs humaines et une qualité de vie satisfaisante.

Comptons sur ces atouts et les projets à venir pour que la région des Hauts-de-France poursuive sa croissance, notamment en attirant de nouveaux groupes étrangers ■

Vincent Pollet – Associé-Directeur
KPMG à Lille

6 filiales* sur 10 sont en croissance



dont 15% en forte croissance

* filiales de groupes étrangers implantées en Hauts-de-France

88%
ont une
BONNE IMAGE
de la région

85%
17%

Des filiales se disent
prêtes à recommander
les Hauts-de-France

l'ayant
déjà fait