



Par Julie Pacorel  
=(Photo Archives)=  
ATTENTION - photos d'archives de Boris Horvat ///

**Marseille, 19 oct 2016 (AFP)** - Loin de son image d'Epinal de capitale de la bouillabaisse et du savon artisanal, Marseille mise aujourd'hui sur l'industrie numérique, profitant des 13 câbles sous-marins de fibre optique qui connectent ses plages au monde entier.

"La 4e révolution industrielle arrive, la révolution 2.0, essentiellement avec du très haut débit et des objets connectés, donc quand les plus gros câbles de fibre optique d'Europe arrivent chez vous, vous comprenez que vous allez jouer un rôle majeur", analyse Stéphane Soto, directeur du label French Tech Aix Marseille.

Treize câbles sous-marins sur les 263 qui existent dans le monde, relient Marseille à l'Afrique, au Moyen-Orient et même à l'Asie. Les fils longent les côtes nord-africaines, passent par le canal de Suez puis contournent la péninsule arabique pour déboucher en Asie du Sud. Le dernier arrivé, du nom de AAE-1 (Asia-Africa-Europe) a débarqué sur la plage de Bonneveine à Marseille en mai.

"Marseille est un carrefour mondial de l'interconnexion, on touche cinq milliards de personnes", s'enthousiasme l'adjoint au maire Daniel Sperling, délégué à l'innovation et au développement par le numérique, qui rappelle que "faire passer des câbles de fibre optique en mer coûte beaucoup moins cher que sur terre".

La mairie n'est pas avare de chiffres: le numérique à Marseille, c'est 780.000 prises de fibre optique sur la région, ou encore cinq millions d'euros investis en 2016. Le secteur ne crée pas beaucoup d'emplois, mais la ville comme la région estiment que tous les indicateurs sont au vert pour que la capitale de Provence-Alpes-Côte d'Azur (Paca) devienne une "ville intelligente" et attire des entreprises par dizaines.

"Marseille a un atout géographique incroyable, au même niveau que Miami ou Singapour", assure Fabrice Coquio, le PDG d'Interxion, deuxième plus gros fournisseur au monde de centres de données neutres vis-à-vis des télécoms.

"Concrètement ça veut dire qu'on peut héberger ici du trading haute-fréquence pour Singapour", s'enthousiasme-t-il. Son entreprise possède déjà depuis 2014 un data center de 6.000 m2 dans le quartier portuaire de la Joliette.

Interxion a de grandes ambitions pour Marseille, ville dans laquelle le groupe prévoit jusqu'à 210 millions d'euros d'investissement: rénover deux sites de 9.000 et 8.000 m2 dans le Grand port maritime, dont une ancienne base allemande de sous-marins, au toit "épais de cinq mètres de béton armé".

Stéphane Soto, également à la tête de MedinSoft, réseau de solutions informatiques de la région Paca, affirme que le secteur est aujourd'hui plus porteur que le secteur portuaire, avec 7.000 entreprises et 44.000 salariés dans le département des Bouches-du-Rhône, et surtout une croissance annuelle de 13%.

"La donnée, c'est du pétrole", affirme Stéphane Soto, pour qui la métropole du Sud-est est compétitive avec Londres. "Notre zone de compétition est mondiale, on a cessé de se comparer avec les autres territoires français", assure-t-il.

Outre Interxion, d'autres hébergeurs de centres de données ont élu la cité phocéenne: Jaguar Networks, qui déploie un réseau de fibres optiques à très haut débit, ou encore Choreus, qui exploite des data centers via la trigénération gaz, une technologie qui permet d'importantes économies sur l'énergie nécessaire pour refroidir ces centres de stockages de données informatiques.

La "ville-monde", comme la qualifie Fabrice Coquio, "d'une ville de transit, devient une ville de contenus", capable de fabriquer des données et plus seulement de les transmettre. Les incubateurs de start-ups se multiplient, dans le public comme dans le privé.

"L'idée c'est que plus aucune start-up ne se lance seule", revendique Stéphane Soto. Du côté du public, le pôle média Belle de mai héberge un incubateur dédié aux entreprises innovantes liées à la recherche publique, qui accompagne des projets comme Paperus, des livres numériques augmentés.

A Aix-en-Provence, un projet futuriste de campus du numérique pour "imaginer la ville de demain" doit accueillir ses premiers étudiants à la rentrée 2017. Ce concept porté par Frédéric Chevalier, fondateur du groupe High Co, leader français de la communication opérationnelle, est l'icône du label French Tech Provence.

jp/cr/bd

by : Julie Pacorel

**2016/10/19 09:10:17 GMT+02:00**  
#398211 DVBP 0454 JGW59 (4) AFP (651 words)