

ALLOCUTION DE MONSIEUR  
PIERRE MAUROY  
A L'OCCASION DU SEMINAIRE DE  
REFLEXION  
SUR L'ESPRIT DES VILLES  
D'EUROPE

Samedi 29 juin 1991

Mesdames,

Messieurs,

Chers amis,

L'Institut de l'Economie Urbaine organise aujourd'hui la première rencontre des membres du club "Esprit des Villes d'Europe".

Je suis très heureux que cette première opération soit lancée à Lille, et c'est avec un grand plaisir

que je vous reçois en cet hôtel de Ville.



Nous nous sommes réunis pour réfléchir et débattre ensemble du problème de " l'image des villes d'Europe auprès des élites économiques européennes ". Pour guider notre réflexion, l'Institut de l'Economie Urbaine a réalisé avec la SOFRES une enquête auprès d'un pannel de personnalités économiques européennes, des chefs d'entreprises, des analystes financiers, ou encore des journalistes spécialisés.

Ces résultats nous permettent de comprendre comment ce qu'on appelle les "Eurodécideurs" perçoivent l'identité propre à chaque grande ville d'Europe, et surtout ils nous permettent de prendre connaissance des critères les plus importants qui déterminent le choix d'implanter leur entreprise dans telle ou telle ville.

Le premier critère que retiennent les chefs d'entreprises est évidemment économique : le tissu industriel de la ville et de la région qu'ils ont choisis doit impérativement remplir toutes les conditions indispensables à la bonne adaptation et au développement de leur entreprise.

Mais nous le savons tous, entrent aussi en ligne de compte d'autres critères déterminants comme la renomée, la vie culturelle, et le paysage urbain d'une cité. C'est ainsi que les valeurs urbaines deviennent des valeurs économiques.

Partant de là, il nous faut considérer que le concept subjectif de l'image qu'une ville donne d'elle même conditionne objectivement son potentiel économique.

Il est vrai qu'à performance égale les entrepreneurs s'installent plus facilement dans une ville qui a la réputation d'être agréable,

moderne et qui sait se distinguer grâce à une animation culturelle et artistique très dynamique.

La qualité de la vie qu'offre une cité est une valeur importante parce que le prestige de la ville dans laquelle une société s'installe rejaillit sur son propre prestige.

C'est en ce sens que les valeurs urbaines et les valeurs d'entreprises finissent par se rejoindre. L'interaction entre les deux notions est encore plus évidente lorsque les chefs d'entreprises doivent, pour les recruter, inciter des cadres ou des ingénieurs à changer de ville ou de région .

A Lille, nous sommes depuis longtemps conscients des enjeux qu'implique l'image de notre ville. Nous avons toujours pensé que son rayonnement culturel et artistique et urbain est complémentaire de son développement économique.

Cette logique est d'ailleurs aussi bien partagée par les pouvoirs

publics que les pouvoirs privés. C'est la raison pour laquelle il arrive souvent que nos initiatives culturelles ou sportives bénéficient du soutien de nombreux partenaires économiques du privé. Je ne citerai qu'un exemple parmi tant d'autres : celui de leur implication régulière dans l'organisation du Festival de Lille.

Le succès international du Festival de Lille contribue au rayonnement ~~de~~ culturel de notre cité, donne à notre ville un label de prestige qui nous concerne tous.

D'une manière générale, la grande force de la ville Lille est que nous avons réussi à canalyser toutes les énergies pour assurer l'accomplissement de son destin européen et international.

La mobilisation de toutes nos forces économiques nous permet déjà de nous affirmer par la puissance.

Ce phénomène devrait prendre des dimensions encore plus impressionnante avec la réalisation de notre Centre International des Affaires. Il offrira aux hommes d'affaires européens les locaux et les services dont ils ont besoin à l'intérieur d'un complexe ultra moderne.

A proximité de la gare T.G.V. et du centre ville ce complexe économique favorisera la communication entre toutes les sociétés internationales qui s'y installeront.

Il ne fait pas de doute qu'une telle structure viendra bientôt renforcer l'image de Lille en tant que ville dynamique et performante.

\* Mais nous avons également mobilisé toutes nos énergies pour donner à notre cité les capacités de séduire par l'apparence.

C'est au cours de notre débat que nous aurons l'occasion de mesurer l'importance de l'image d'une belle ville disposant d'un riche patrimoine architectural et d'un tissu urbain séduisant.

\* Enfin le dernier élément qui fait partie du pouvoir d'attractivité de Lille est aussi la capacité que lui donnent les énergies politiques et culturelles de s'imposer par l'audience.

Performance, séduction, et animation : voilà les trois concepts clefs qui animent quotidiennement notre volonté de faire de Lille une puissante eurocité , voilà comment s'organise notre réalité.

Mais encore faut-il que cette réalité soit reconnue, et qu'il n'y ait pas de décalage entre ce que Lille est vraiment et l'image qu'elle donne d'elle même.

L'enquête de l'Institut de l'économie Urbaine nous permet de

saisir et d'analyser ces images de villes, et le débat que nous allons engager dès à présent devrait nous permettre de mieux les maîtriser.

# Lille en tenue d'E.V.E., pour préparer l'avenir

VOU 3 juillet 1991

Nul ne peut ignorer que le maire de Lille a de grandes ambitions pour sa ville et plus largement pour la Métropole. Cela se traduit concrètement sur le terrain, comme ne peut l'ignorer non plus aucun piéton, aucun cycliste, aucun automobiliste, qu'il soit du crû ou qu'il ne fasse que passer... Car cela donne quelques embarras.

Cela se traduit encore par ce vieux rêve toujours caressé et toujours contrarié d'un « Grand Lille » aux dimensions des ambitions. Malheureusement le rêve passe le plus souvent, on le voit encore ces temps-ci ; sans doute les partenaires potentiels ne savent-ils pas rêver ?

Cela se traduit enfin par une présence constante et assidue de Lille dans toutes les structures de liaison des villes entre elles, et pas seulement à travers la Fédération des Villes Jumelées également dans les réseaux de villes qui se multiplient ces temps-ci tant il est vrai que Lille n'est pas la seule à caresser des ambitions. Et sous le beffroi, question réseaux, on ne fait pas de complexe, on n'hésite pas à jouer dans la cour des grands.

Car en accueillant à Lille l'Institut de l'Economie Urbaine pour la première rencontre du club « Esprit des Villes d'Europe » (oui cela fait « E.V.E. ») samedi matin, on ne faisait pas (qu'on nous passe l'expression) dans la gnognote. C'est qu'on y rencontre du beau monde : grandes entreprises, partenaires institutionnels ou scientifiques de haut niveau et pour les villes, les Eurocités et Eurométropoles, de Barcelone à Rotterdam, de Glasgow à Toulouse, puisque E.V.E. est un programme de connaissance, d'échange et d'exploration consacré à la ville.

## Pas une ville à deux vitesses

Le thème de la rencontre « Valeurs Urbaines, valeurs d'entreprises » est d'actualité car de plus en plus les villes se doivent d'intégrer dans leurs préoccupations et dans leur action, la dimension économique. Elles se doivent d'être entreprenantes,



Un brillant aréopage pour se pencher sur E.V.E.

ann  
ent  
tob  
(Ph. "La Voix")

d'acquérir une culture d'entreprise et d'établir avec ces dernières un partenariat véritable, ne serait ce que pour les attirer. Cela passe par une image de marque, mais l'image n'est pas suffisante : cela passe aussi par un projet de ville. Privilégier l'image reviendrait à construire une ville pour l'élite, une ville à deux vitesses alors qu'il faut comme le résumait le Préfet M. Aurousseau « parvenir à créer de vrais emplois, dans de vraies villes, pour de vrais citoyens ». N'empêche que l'image aussi est importante, tout comme la façon qu'on a de la traduire dans les mots en slogans. Et le même M. Aurousseau de proposer quelques formules-pub de choc pour notre cité : Lille aux trésors », « Lille, la ville qui tient ses promesses », ou bien « Lille sous le vent ». Du coup Pierre Mauroy était tout

près de l'engager comme conseiller en communication.

## Finie la guerre des beffrois

C'est le maire de Lille qui tirait les enseignements de cette rencontre et lui donnait sa véritable signification dans ce qui ressemblait aussi un peu à un plaidoyer pro domo : « Auparavant les villes accompagnaient leur développement mais ne pesaient pas dessus ; il faut avoir dans la tête que la ville est elle-même une entreprise, qu'elle est une construction ; je crois que la ville va marquer l'Europe de demain, malheureusement la France n'en a pas pris conscience contrairement à la plupart des autres pays d'Europe. Elle ne se rend pas compte que la ville marquera, qu'elle est une valeur ajoutée considérable. La France d'aujourd'hui, n'est plus une France rurale, mais elle compte toujours

36.000 communes. Il faudrait faire en sorte que de grands ensembles urbains forts puissent se constituer ; or ce n'est pas tout à fait cela. Pourtant être compétitif sera aussi une question de taille ; les valeurs urbaines sont les mêmes que les valeurs d'entreprise, du moins se recoupent-elles : il n'y a pas de division entre ceux qui animent la ville et ceux qui animent l'entreprise même s'il existe encore des frilosités et s'il reste beaucoup à faire. »

Si l'on a bien compris la hache de guerre entre les deux beffrois : celui de l'Hôtel de ville et celui de la Chambre de Commerce est définitivement enterrée : c'est donc bien vrai qu'une certaine France un tant soit peu disons archaïque est morte et bien morte !

Reste que pour Lille il y a du pain sur la planche comme le montre un sondage sur l'image

des villes d'Europe réalisé pour la circonstance auprès des élites économiques européennes. On ne peut pas dire que la capitale des Flandres y figure en excellente position. Il est vrai que comme on l'a dit plus haut elle figure là dans la cour des grands. Ce sondage concerne en effet 16 villes et, à part Lille, il y a Paris, Londres, Rome, Barcelone, Madrid, Milan, Berlin, Vienne, Lyon, Francfort, Bruxelles, Prague, Budapest, Rotterdam, Glasgow... Excusez du peu : rien que du beau linge !

Le pari de Pierre Mauroy est de faire que Lille rejoigne le peloton de tête. Franchement on ne voit pas qui saurait lui donner tort. Sauf à envisager des calculs... Qu'on ne saurait envisager. Rejoindre le peloton de tête implique obligatoirement d'atteindre la dimension européenne, alors, oui on aime bien Lille dans la tenue d'E.V.E.

J.-C.R.