

LE GRAND PARIS, PARIS TENU

Ils arborent des étiquettes politiques divergentes, occupent des mandats ou des fonctions bien distinctes, n'exercent pas les mêmes prérogatives et règnent sur des territoires différents. Mais il est un sujet sur lequel tous entendent parler d'une seule voix : l'attractivité du Grand Paris auprès des investisseurs internationaux. Oubliant leurs oppositions politiques, Anne Hidalgo, Valérie Pécresse, Patrick Ollier, Michel Cadot et Didier Kling, cinq acteurs clés de la métropole, ont répondu à nos questions.

Propos recueillis par Bertrand Gréco

« United Grand Paris » : c'est ainsi qu'a été baptisée la tente du Grand Paris au MIPIM. Comment se manifeste concrètement cette « unité », sachant que les décideurs publics sont multiples ? Comment parler d'une même voix ?

ANNE HIDALGO : Je vois la diversité des communes et des élus locaux qui composent le Grand Paris davantage comme une richesse que comme un inconvénient. Nous sommes plus forts à plusieurs. C'est pour cela que j'ai toujours cru à la construction du Grand Paris, comme Bertrand Delanoë [maire PS de Paris de 2001 à 2014, ndlr] y a cru avant moi. Si les médias ont parfois tendance à se focaliser sur les désaccords, cela ne doit pas occulter une réalité : sur l'essentiel des sujets, nous réussissons au sein de la Métropole à avancer ensemble. C'est le cas dans le domaine économique et ce pavillon collectif au MIPIM, qui associe la Région, en est la démonstration.

VALÉRIE PÉCRESSÉ : La multiplicité des instances en Île-de-France peut être un frein pour les acteurs économiques, qui nous reprochent parfois l'empilement de cinq niveaux de collectivités publiques aux compétences peu lisibles. Cela a tendance à conforter l'image bureaucratique que renvoie souvent la France à l'étranger. Pourtant, parler d'une seule et même voix, c'est possible, grâce au guichet unique « Choose Paris Region », qui propose un accueil personnalisé à chaque investisseur. Le pilotage a été confié à la Région Île-de-France, via son agence d'attractivité, Paris Region Entreprises. Et les résultats sont là : nous avons réussi à dépasser Francfort alors que tout le monde nous donnait derrière dans la compétition post-Brexit ! C'est aussi Paris Region Entreprises qui coordonne la présence des acteurs territoriaux franciliens au MIPIM. Le maître-mot du pavillon « United Grand Paris. » témoigne d'une région unifiée qui accélère encore sur la période 2019-2024 en jouant l'idée du top chrono J-5 ans jusqu'en 2024. Les moteurs de cette accélération : les Jeux olympiques et paralympiques (JOP) de 2024, le Brexit et la vitalité retrouvée de l'économie francilienne.

PATRICK OLLIER : Notre organisation territoriale est loin d'être optimale, mais les investisseurs internationaux n'en ont cure. Car toutes les collectivités concernées - qui n'ont pas les mêmes compétences - s'accordent pour parler d'une même voix, pour présenter un territoire attractif et faciliter l'arrivée des entreprises. L'objectif de « Choose Paris Region » est de mutualiser les moyens

déployés par les acteurs qui composent l'écosystème métropolitain et régional, à savoir la Métropole du Grand Paris, la Ville de Paris, la CCI, les agences Business France, Paris & Co et Paris Région Entreprises. La mission de ce guichet unique post-Brexit : informer sur les atouts de la France (économie, talents, offre scolaire) ; aider à appréhender le cadre réglementaire, fiscal et social ; simplifier les démarches d'installation. Résultat : pour la première fois depuis plus de trente ans, le Grand Paris est l'aire métropolitaine la plus attractive, devant Londres, selon un panel de 500 responsables économiques internationaux (enquête Ernst & Young, juin 2018). La plus belle victoire collective est l'installation récente de l'Autorité Bancaire Européenne dans le quartier de La Défense.

MICHEL CADOT : Même s'il existe une diversité de territoires en Île-de-France, vu de l'étranger le Grand Paris est une réalité depuis très longtemps. C'est tout autant Paris Centre, La Défense, Paris-Saclay, Disney et Marne-la-Vallée, le pôle de Roissy ou d'Orly que Sénart, Cergy ou encore Grand Paris Seine et Oise ou Plaine Commune. Ce sont ces multiples opportunités économiques qui forment l'attractivité du Grand Paris et cette unité à l'international est évidemment renforcée dans le contexte à venir des JOP. C'est pour cela qu'il est souhaitable que nos territoires franciliens soient collectivement promus, et présentés dans leur diversité sous la tente « United Grand Paris » au MIPIM, sous la coordination de Paris Région Entreprises. L'objectif est de fédérer l'ensemble des actions de promotion et de privilégier un message de diversité territoriale et de complémentarité.

DIDIER KLING : Les acteurs institutionnels du Grand Paris ont vite pris conscience qu'il était compliqué pour les investisseurs étrangers de se retrouver face à cette multitude d'interlocuteurs. C'est pourquoi nous avons créé, tous ensemble, le guichet unique « Choose Paris Region » en novembre 2016. Le dispositif fonctionne extrêmement bien, avec déjà plus de 160 projets d'implantation, de relocalisation ou d'investissement, généralement liés au référendum de juin 2016 sur le Brexit. Ces projets représentent près de 7 500 emplois, principalement dans la finance. L'attractivité du Grand Paris n'est pas un sujet politique. La volonté de travailler conjointement, d'un même cœur, est évidente, parce que nous avons tous intérêt à ce que cela soit efficace. Et les investisseurs apprécient.