
"Nous avons tout pour réussir"

En fonction depuis le début de l'année, Jean-Yves Heyer, le directeur général de Rouen Normandy Invest, a pour mission de développer l'attractivité d'un territoire dont il apprécie et vante les nombreuses ressources. Entretien.

Rouen Normandy Invest a lancé la campagne de communication “Rouen carrément barré” à l’automne. Une campagne innovante, voire osée !

Le propre d’une campagne de communication, c’est d’interpeller. Si vous n’interpellez pas, ça ne fonctionne pas. Donc il ne faut pas être lisse. Il faut susciter de l’intérêt, des réactions. Nous avons créé, avec l’artiste RERO et l’agence ZigZag, une campagne qui est reconnue comme “audacieuse”, qui a “du panache”. Et triplement originale : c’est la première fois que l’on associe un territoire avec un artiste ; que l’on offre cette campagne à une centaine d’acteurs du territoire, en leur permettant de se l’approprier et de la diffuser en y apposant leur logo ; c’est la première fois qu’on voit un ancien Président de la République et un ancien Premier ministre dans une même campagne ! (Ndlr : François Hollande et Édouard Philippe sont tous deux nés à Rouen). L’œuvre qui a eu le plus de succès est d’ailleurs celle avec ces deux hommes politiques : elle a suscité environ trois fois plus de clics que les autres.

Ici, il faut révéler que Rouen a des atouts, il faut s’assumer comme la dixième métropole de France. Par exemple, Rouen est celle où on circule le mieux ! Donc méfions-nous des impressions ! À Rouen, l’offre en transports en commun est notamment très intéressante !

Quelle est votre mission ?

La mission de Rouen Normandy Invest est d’accompagner les décideurs dans leur projet de croissance. Notre objectif, c’est la création de 1 500 emplois exogènes lors des trois prochaines années.

Notre métier consiste à dire aux entrepreneurs : “venez vous implanter à Rouen plutôt qu’à Bordeaux, Rennes, Lille...”. Et vraiment, notre territoire répond aux trois critères de l’attractivité. Il faut d’abord offrir des CDI : c’est le cas.

Il faut ensuite proposer une bonne qualité de vie, en général ça commence par la proximité de la mer ou de la montagne : peu de gens le savent, mais Rouen est plus proche de la mer que Bordeaux ou Nantes ! Seules deux métropoles sont plus proches de la mer que Rouen parmi les grandes métropoles françaises.

Il faut enfin un pouvoir d’achat : notre métropole est très abordable. Elle est proche de Paris mais loin de ses prix.

Donc nous avons tout pour réussir, mais nous avons besoin de le faire savoir ! Et j’ai ressenti une forte volonté de travailler ensemble, le public, le privé, le monde associatif.

Il n’y a pas que des atouts...

Tout n’est pas parfait. La liaison ferroviaire avec Paris, par exemple. C’est un trajet de 1h18, minimum, et c’est très incertain ! Comme il ne sera plus question d’artificialiser les sols, la réutilisation de friches est une priorité si nous souhaitons répondre aux attentes des entreprises. Comme, par exemple, ce que font le groupe Lhotellier ou Valgo sur la friche Petroplus.

Un territoire est avant tout incarné par la passion qui s’exprime souvent par le sport. Je suis originaire d’Aix-en-Provence. Là-bas, c’est l’OM ! On a besoin de locomotives dont on peut être fier et qui fédèrent le plus grand nombre. La structuration est en route.

On traverse encore trop souvent Rouen sans s’y arrêter. Il faudrait construire des signaux architecturaux qui incitent à découvrir une magnifique ville du Moyen Âge avec plus de 2 000 maisons à colombages.

Une action à privilégier ?

Si nous ne devons faire qu'une seule chose, c'est implanter des jeunes dans le centre-ville, placer la jeunesse au cœur du territoire. Ainsi, on pourrait fidéliser des familles : quand on s'installe sur un territoire, c'est pour un job, mais on y reste pour les enfants si l'offre de formation est accessible et de qualité. Les écoles d'enseignement supérieur permettent également de donner des garanties d'emplois aux entreprises désirant s'installer. Enfin, et c'est le plus important, la jeunesse visible permet de changer durablement l'image d'un territoire.

Quand un chef d'entreprise vient prospecter dans une ville, il fait deux choses. Il compte les grues (44 actuellement) - un excellent baromètre de l'attractivité - et il regarde les catégories socio-professionnelles dans les rues. À tort ou à raison, on associe jeunesse avec dynamisme.

Nous avons 50 000 étudiants, mais on n'en voit que 13 000 dans la journée, c'est-à-dire les étudiants des campus Pasteur et Santé. Les autres, on ne les voit pas... À Montpellier, à Rennes, les campus sont majoritairement au centre. Idéalement, il faudrait retrouver les universités médiévales et poursuivre l'implantation de nouvelles écoles.

Dans les pas de Jeanne

Originaire d'Aix-en-Provence, Jean-Yves Heyer, 57 ans, marié, deux enfants, a d'abord travaillé à Belfort, puis a suivi les pas de Jeanne d'Arc - dans le bon ordre ! -, prenant des postes à Orléans, Reims et enfin Rouen depuis le printemps 2022.

RNI

[L'agence de développement économique Rouen Normandy Invest](#) dispose d'un budget de 1,6 million d'euros, financé à 80% par la Métropole Rouen Normandie. Les 20% restants sont financés par la Communauté d'agglomération Seine-Eure, la Chambre de commerce et d'industrie, la Chambre des métiers et de l'artisanat, Haropa, et plus d'une centaine d'entreprises.

“Le bassin de vie, c'est 800 000 habitants. Il va jusqu'à Dieppe, Yvetot, Forges-les-Eaux, et Louviers/Val-de-Reuil au sud. Les frontières administratives sont théoriques quand on parle d'économie.”

Image

[View PDF](#)
4 minutes