

dossier de presse



Une marque de territoire au service de l'attractivité, <i>naturellement</i>	01
Naissance d'une marque	02
Réussites et perspectives du territoire du Grand Amiénois	03
Les influenceurs	08



Une marque de territoire au service de l'attractivité, *naturellement*

Amiens le 4 octobre 2018. Au cœur du triangle Paris-Londres-Bruxelles, le territoire amiénois est à la juste taille pour satisfaire les exigences qu'un territoire plus grand ou plus petit n'est pas en mesure de concilier : l'urbanité et ses services de proximité, la nature et ses bienfaits, l'ancrage historique et l'innovation, l'effervescence économique et culturelle.

En 2014, Amiens Métropole a lancé une feuille de route ambitieuse pour attirer de nouvelles entreprises et ramener le taux de chômage à la moyenne nationale.

Ce pacte pour l'Emploi et l'Innovation visait à redonner une vision stratégique du territoire du Grand Amiens sur l'échiquier national et international et à recréer un vivier d'emplois qualifiés, autour notamment de trois clusters d'innovation technologique associant chercheurs, collectivités et chefs d'entreprise : design numérique, technologie de la santé, autonomie énergétique.

Présents au salon Parcours France, le forum de l'économie et de l'attractivité des Territoires, Brigitte Fouré, Maire d'Amiens et Alain Gest, Président d'Amiens Métropole reviennent sur les réussites de leur politique d'attractivité comme Amazon, Orange Bank, dernièrement Ynsect ou encore nombre de startups.

Amiens Métropole dévoile avec le Pôle Métropolitain du Grand Amiénois et ses partenaires (CHU Amiens-Picardie, Université Picardie Jules Verne, CCI Amiens-Picardie et les chefs d'entreprise) la marque de territoire. Une campagne de communication a été lancée dans la presse nationale et spécialisée ainsi que dans le métro parisien. Le logo de la marque, créé par la Direction de la communication d'Amiens Métropole, associe le « a » de Amiens et le « ! »

de l'étonnement et de la surprise avec le slogan « naturellement ». La campagne de communication a été confiée à l'agence parisienne Bastille.

Dans un contexte toujours plus concurrentiel, la marque de territoire est l'étendard qui porte le désir d'agir ensemble pour développer le territoire, sa notoriété et son image. Cette marque de territoire donne les moyens de bénéficier en retour d'une image positive pour valoriser l'état d'esprit du Grand Amiénois et son offre à la fois touristique, économique et résidentielle.

Fédérer autour d'un projet commun « sur mesure », mobiliser et créer un lien entre les acteurs privés et publics, faire connaître largement notre territoire et enfin promouvoir nos offres économiques, touristiques et résidentielles tels sont les objectifs qui incombent désormais à la marque d'attractivité.


Les partenaires d'Amiens Métropole tels la CCI Amiens-Picardie, l'Université Picardie Jules Verne et le CHU Amiens-Picardie, représentés sur le salon Parcours France, mais aussi des collectivités, des entreprises disposent de leur propre logo. Aussi, Amiens Métropole met à leur disposition une « boîte à outils » de la marque d'attractivité, suffisamment souple pour que les différentes entités se l'approprient et communiquent dans un esprit de territoire avec ses valeurs comme l'ouverture d'esprit, la volonté et la ténacité ■

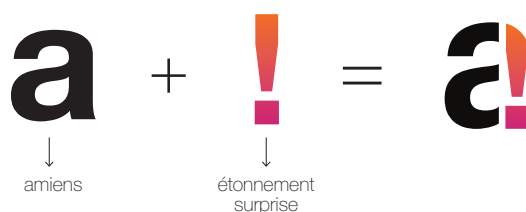


Naissance d'une marque

La démarche a été initiée dans le cadre du pacte pour l'Emploi et l'Innovation, lancé en 2014 et qui comprenait une dimension de marketing territorial.

Piloté par Amiens Métropole qui a réuni l'ensemble des acteurs de l'attractivité du territoire (CHU - Université - CCI - Elus - Chefs d'entreprises, ...), les groupes de travail animés par un cabinet extérieur Atout Territoire, ont posé un diagnostic territorial qui a permis de définir des objectifs et des cibles afin d'élaborer un plan d'action.

A partir de ces éléments, complétés des retours positifs de la stratégie de communication offensive appliquée sur le plan économique, force a été de constater l'émergence d'une signature autour du 



Ce repère fort qui a opéré une synthèse autant significative que graphique, a conduit presque *naturellement* à la marque.



Qui intrinsèquement se complète en alliant l'item de la qualité de vie amiénoise (la nature) à la force de l'évidence : évidemment, *naturellement*.

Cette marque, déclinable facilement, doit pouvoir être appropriée de manière très souple par chacun des acteurs qui se mobilise pour l'attractivité du territoire. Elle fait l'objet d'un code de marque, sorte de boîte à outil permettant à chacun de la décliner à l'envie. Le code de marque peut être téléchargé sur www.amiens-naturellement.fr



Réussites et perspectives du territoire du Grand Amiénois

La politique d'attractivité qui rend visible le territoire du Grand Amiénois porte ses fruits. Depuis 2015, les implantations d'entreprise se multiplient

■ ATTRACTIVITÉ ET TERRITOIRE

L'attractivité d'un territoire est la résultante d'une alchimie particulière composée à partir de multiples ingrédients mis en synergie.

Dans le contexte amiénois, la remise en mouvement de la Métropole s'est appuyée sur plusieurs piliers comme notamment la transformation urbaine (gare la vallée, Intercampus...), des investissements structurants en matière de transport avec le Bus à Haut Niveau de Service, des investissements culturels comme le Musée, Chroma ou le zoo, le développement des équipements universitaires en particulier la transformation de la Citadelle par Renzo Piano et l'affirmation d'un cadre de vie naturel tourné vers le bien-être de ses habitants.

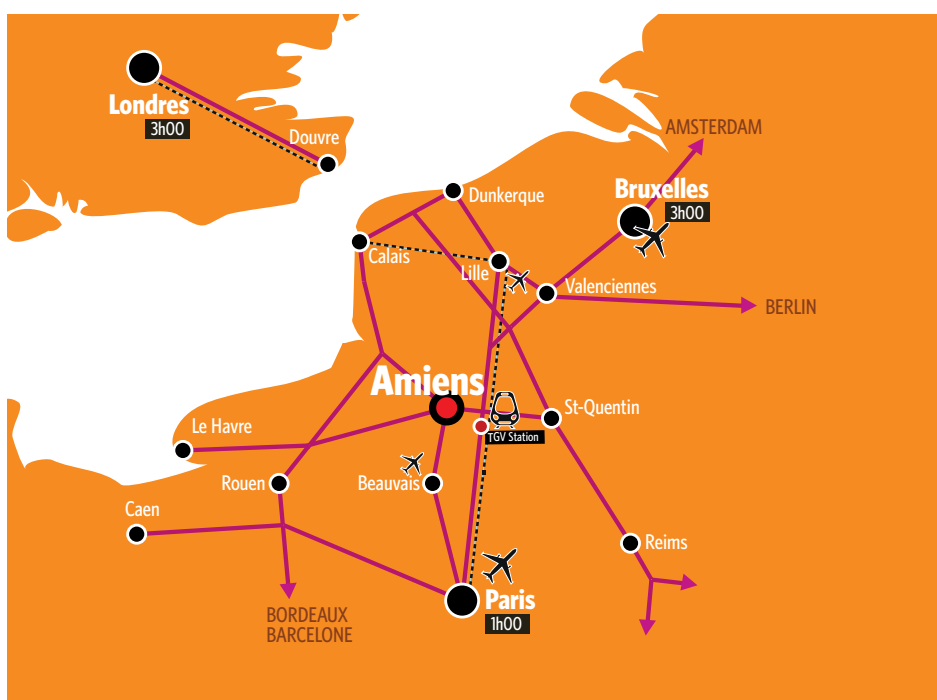
Le pacte pour l'emploi et l'innovation constitue un ingrédient et une composante majeure de cette dynamique. Son objectif est de favoriser une transformation économique durable de l'agglomération et au-delà du pôle du Grand Amiénois, et d'apporter un capital supplémentaire d'innovation et d'emplois.



■ FACTEURS ET POLITIQUE D'ATTRACTIVITÉ

> L'ATOUT GÉOGRAPHIQUE

- 80 millions d'habitants dans un rayon de 300 km
- Carrefour autoroutier majeur sur l'axe de l'Europe du Nord (Rotterdam-Bordeaux, Le Havre-Strasbourg, Lille, Lyon)
- 75 minutes de Roissy, 45 min de l'aéroport Beauvais et 2H30 de Londres
- TGV Roissy - Amiens inscrit dans la loi de mobilité



IMPLANTATIONS D'ENTREPRISES DANS CE CADRE :

AMAZON

107 000 m² d'entrepôt, 35 hectares, 500 CDI sur 3 ans et jusqu'à 800 intérimaires/ ouverture en 2017

CENTRAVET

projet mobile géographiquement, distribution et conditionnement produits vétérinaires, 29 emplois créés, 12 emplois supplémentaires à terme / ouverture 2018

CHRONOPOST

3.5 hectares pour transport et messagerie, 30 emplois directs à l'ouverture printemps 2019 et plusieurs dizaines indirects



> LES INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL AU SERVICE DES PROJETS D'ENTREPRISES

- 15 parcs d'activités dont Jules Verne et l'EIN (Espace Industriel Nord), 250 hectares de fonciers et de projets de parcs d'activités en cours de création, à terme, Boréalia nouveau parc d'activités de la Métropole
- 20 000 m² de bureaux à louer et en cours de création, quartier gare la Vallée, quartier d'affaires et centre de localisation d'entreprises de relation clients (Coriolis 700 emplois)
- 3 pépinières d'entreprises, Septentrion et Jules Verne qui sont destinées à un accueil plus généraliste d'activités et Amiens le l@b spécialisée dans l'appui aux projets numériques, plus de 85% d'occupation, extension d'Amiens le Lab en 2017
- Avec l'incubateur du Quai de l'innovation, ce sont plus de 75 jeunes entreprises qui sont accompagnées sur Amiens
- Janvier 2019, ouverture du Biolab destinée aux entreprises et starts up de la santé, de la nutrition et de l'Industrie Agro Ressources

GALMOS

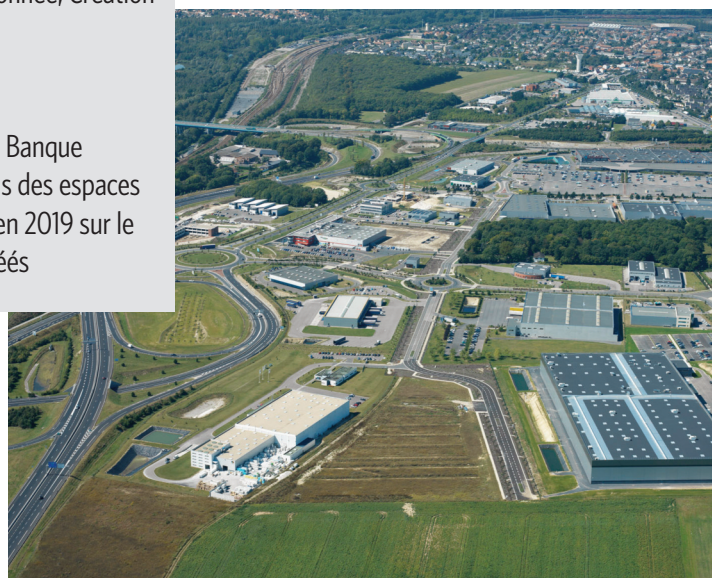
start up spécialisée dans la maintenance prédictive des moteurs électriques industriels, implantation quittant Paris pour Amiens fin 2017, déploiement de 12 collaborateurs en cours

AGROTECHSOL

développement start up industrialisation station in situ à vocation agricole dédiées à la fertilisation raisonnée, Création de 29 emplois, lien direct UPJV et pôle IAR

ORANGE BANK

implantation développement sur Amiens de la Banque numérique du groupe Orange, localisation dans des espaces tertiaires de l'agglomération, développement en 2019 sur le quartier Gare la Vallée, plus de 180 emplois créés



> INNOVATION, FILIÈRES D'EXCELLENCE ET CLUSTER

- Création d'un écosystème d'appui et d'accompagnement aux jeunes pousses et aux projets innovants
- 3 filières d'excellence, la santé, l'autonomie énergétique et les nouveaux usages numériques, transformées en clusters opérationnels,
- Le Quai de l'innovation comme lieu emblématique de l'appui et de l'offre de services apportée aux créateurs, incubateur-accelérateur structuré autour de plus de 35 projets
- 30 000 étudiants, 1000 chercheurs et 33 unités de recherche
- Le CHU d'Amiens, 13^{ème} CHU de France sur 521 (classement *Le Point* 2018)

TIAMAT

création d'une JEI dans le secteur du stockage électrique / fabrication de batteries, Spin off du LRCS, 12 salariés à ce jour , 15 à fin 2018

YNSECT

élevage d'insectes à destination de la nutrition animale (pet food et sea food), 1^{ère} unité internationale de production pilote travaillé avec Extractis sur Amiens, 110 emplois à terme, 70 en première phase/2020



> UN TISSU ÉCONOMIQUE, TERREAU DE DÉVELOPPEMENT

- 13 000 entreprises, Procter et Gamble première entreprise amiénoise (+ de 1000 salariés)
- Fortes composantes internationales Amazon, Unither, Ajinomoto, Procter & Gamble ...)
- 1^{er} centre commercial de Picardie, chalandise de plus de 350 000 habitants



AGECO

création d'un atelier industriel de fabrication de mobilier pour magasins, collectivités, partenariat et installation sur le site wn factory (ex whirlpool), 20 emplois déjà créés, 42 en cours de création

EFCO Formation

organisme de formation en transport logistique, venu sur le territoire à la demande des agences de recrutement qui travaillent pour Amazon, + de 5 emplois, localisation sur le parc d'activités de Camon



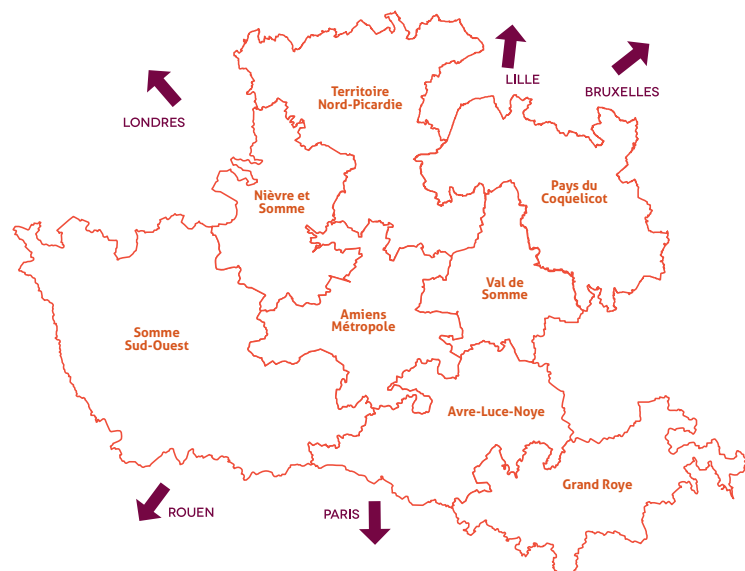
■ L'ACCOMPAGNEMENT DU PORTEUR DE PROJET, L'ADN DES PARTENAIRES AMIÉNOIS

La dynamique de renforcement de l'attractivité de l'agglomération n'aurait sans doute pas été ce qu'elle est aujourd'hui sans un engagement total des partenaires locaux, notamment de la CCI Amiens-Picardie, dans le dispositif d'accompagnement.

LE DISPOSITIF OFFERT AUX PORTEURS DE PROJETS REPOSE SUR :

- Une écoute privilégiée du chef d'entreprise et de ses besoins, cette écoute s'inscrit à tous les stades de développement de l'entreprise et est fortement soutenue par Amiens Métropole
- Un accompagnement d'implantation organisé autour d'un chef de file et d'un tour de table qui prend en compte l'ensemble des besoins
- Un dispositif d'aides particulièrement performant qui permet de soutenir le déploiement des projets sur le territoire
- Une mobilisation pour faciliter le recrutement des collaborateurs de l'entreprise et la venue sur Amiens de nouveaux talents,
- Le service Emploi qui accompagne directement l'entreprise et coordonne l'ensemble des interventions des opérateurs emplois, plusieurs centaines de recrutements ont été conduits depuis l'été 2016 par l'équipe de spécialistes
- Le service Mobilité prend en charge l'accueil des nouveaux collaborateurs dans l'agglomération à la demande des entreprises. Logement, second job du conjoint, place en crèche à l'école et vie sociale constituent une partie des apports de cette équipe cofinancée par la CCI et Amiens Métropole

L'ensemble des projets présentés ont bénéficié, bénéficient ou vont bénéficier de cet accompagnement, sur tout le territoire du Pôle Métropolitain.



**NATURELLEMENT
AMIÉNOIS !**



Les influenceurs

De nombreux acteurs privés et publics se mobilisent au quotidien pour participer à l'attractivité de notre territoire. Hommes et femmes du monde économique, culturel, entrepreneurial, sportif, associatif s'impliquent avec ingéniosité, audace et dynamisme pour la réussite d'Amiens Métropole.

Nous sommes tous des ambassadeurs !



NICOLAS DECAYEUX
PDG WN

Quel est votre plan de reprise à Whirlpool ?

Nicolas Decayeux : La réindustrialisation du site via ma société WN et la création de 277 emplois autour de deux concepts : WN Open Factory et WN Full Time Services. Le premier est un modèle innovant de site de production collaboratif, d'offre de services globale. Le second s'inscrit dans une démarche éco-responsable de production 100 % française. L'idée est de réunir des entreprises proches de l'équipement, de l'aménagement et du mobilier urbain afin de maintenir les capacités de production / conception et permettre aux porteurs de projets de travailler à taille humaine.

Qu'est-ce qui vous a attiré à Amiens ?

En tant que président du Medef Somme, je connais bien Amiens. Quand j'ai appris la fermeture de Whirlpool, j'ai tout de suite été sensibilisé. Amiens dispose d'un avantage logistique : proche de Paris, entre l'Angleterre et l'Allemagne. Mais ce qui m'a surtout attiré, ce sont les ouvriers. Il y a ici un vrai savoir-faire. Je savais que j'allais trouver du personnel expérimenté. A Whirlpool, les gens sont très bien formés, la société bien organisée. C'est ce qui rend mon projet possible.

Comment Amiens Métropole vous a-t-elle accompagnée ?

Très en amont, quand j'ai pensé à cette réindustrialisation, j'ai tout de suite rencontré Alain Gest et Brigitte Fouré. Dès la première seconde, ils se sont mobilisés pour faciliter mon action. J'ai reçu un vrai soutien technique et moral pour ce projet. Le dossier, qui s'est concrétisé le 12 septembre, a donc été suivi de près, dans le respect de la confidentialité nécessaire à ce genre d'opération.



JEAN-KARL LUCAS
Chanteur, compositeur

Lui, c'est un monsieur

Emissions TV et radio, concerts à Londres, Amsterdam, Madrid, Tel-Aviv... Malgré un agenda surbooké, l'amiénois Jean-Karl Lucas a pris le temps de se poser au Conservatoire d'Amiens Métropole. Séquence souvenirs avant de représenter la France à l'Eurovision.

L'info a fait le tour des ondes : le 12 mai à Lisbonne, le duo Madame Monsieur représentera la France au 63e concours Eurovision avec sa chanson Mercy, du prénom d'une Nigériane née le 21 mars 2017 sur un bateau de l'ONG SOS Méditerranée. Jean- Paul Gaultier va même créer ses tenues ! Depuis ses collaborations avec le rappeur Youssoupha (et Ibrahim Maalouf, le couple à la ville comme à la scène agite la sphère musicale. Madame s'appelle Émilie Satt. Elle écrit et chante. Monsieur, Jean-Karl Lucas, compose. Elle a grandi à Vence (Alpes-Maritime), lui à Amiens. Sa formation de musicien, ce trentenaire au regard azur la doit au Conservatoire. C'est là qu'on le rencontre, tout sourire – « Je n'y étais pas revenu depuis 2001 ! » –, visiblement heureux de se replonger dans ses souvenirs. À 6 ans, il intègre la première classe à horaires aménagés musique d'Amiens. À cette époque, la section n'enseigne que les cordes : l'alto devient son instrument de prédilection mais l'élève joue volontiers de la guitare, du piano, de la basse.



UNE PASSION NÉE À AMIENS

« Très vite, j'ai eu envie d'écrire de la musique, confie-t-il. C'est à Amiens que j'ai développé cette passion. Du temps où je jouais avec mon groupe Djinn Fizz, Françoise Gaudefroy de la librairie Martelle m'a soutenu. » Dans le silence de l'auditorium Dutilleux, Jean-Karl se souvient des « moments supers » passés ici : « Le son orchestral est inégalable. Jamais on n'arrive à le reproduire ». De l'école Faubourg-de-Beauvais au lycée Madeleine-Michelis, sa passion ne le quitte pas : « C'est toute sa vie, livre avec fierté Jean-Pierre, son papa. À la maison, on écoutait du rock et de la chanson française. Mais ni sa mère, ni moi n'étions musiciens ». « Nous l'avons toujours soutenu mais nous ne nous attendions pas à un tel succès, souligne Monique, sa maman. Quand il passe à la télé, je vois dans ses yeux si ça va ou pas. » Après le bac et une dernière année au Conservatoire, Jean-Karl Lucas rejoint Paris pour suivre des études de communication.

GROOM ET HOMME-SANDWICH

Il explore le monde de la pub et du journalisme. « Je pigeais pour des magazines sans délaisser vraiment la musique. Puis j'ai voulu me lancer à fond. Et pour y arriver, j'ai fait des petits boulots : groom aux Galeries Lafayette et homme-sandwich place de la Bastille ! Quand j'ai rencontré Émilie en 2008, ça a été un coup de foudre artistique. Et j'ai plongé dans la musique à 2 000 % ! » Aujourd'hui, leur carrière décolle. Le couple part en tournée dès l'automne. Et s'arrêtera au Cirque Jules-Verne le 9 novembre. Clyde, le chat de Madame Monsieur, en pension à Amiens chez les parents de Jean-Karl, pourrait bien y rester. Car chats et voyages ne font pas bon ménage !



RUYING WANG

Business Manager / China

L'effet Ruying

L'atout du comité régional du tourisme des Hauts-de-France se nomme Ruying Wang. Cette amiénoise invite les chinois à passer leurs vacances ici. Sa recette : miser sur le lien humain.

Sur sa carte de visite, on peut lire : Ruying Wang, Business Manager China, HK & TW. HK pour Hong-Kong, TW pour Taïwan. Le périmètre d'action de cette Amiénoise de 31 ans dépasse celui de l'immense Chine. Pour qui travaille-t-elle ? Le @Comité régional du tourisme des Hauts-de-France qui l'a recrutée il y a cinq ans. Mais sa fascination pour la France a déjà dix ans. À l'époque, la jeune femme décide de poursuivre ses études dans le management touristique du côté d'Angers. « Puis, j'ai suivi mon petit ami à Antibes. Après plusieurs stages, j'ai fini par chercher du travail. Deux offres d'emploi m'intéressaient. La première à Monaco dans une entreprise de luxe, la seconde à Amiens au Comité régional du tourisme. J'ai tranché après ma rencontre avec Jean-Philippe Gold, son directeur. » La Sino-Amiénoise, née près de Shanghai, est aujourd'hui ravie d'habiter une ville à taille humaine. Un concentré de France que les Chinois apprécient aussi.

EMPATHIE ET TÉNACITÉ

En cinq ans, l'effet Ruying a opéré avec une croissance exponentielle du nombre de visiteurs passé de 140 à 21 000. La méthode de Ruying Wang repose certes sur sa double culture mais aussi sur sa capacité à créer du lien. « Il faut savoir dialoguer avec les tour-opérateurs, maîtriser et animer les réseaux professionnels et personnels. Être à l'écoute des besoins et proposer des solutions rapidement. » Considérer le visiteur comme un ami, c'est l'ADN du Comité régional du tourisme. Ruying Wang en est une ambassadrice de qualité. Tout comme d'Amiens que cette professionnelle ne cesse de promouvoir : hortillonnages, cathédrale, quartier Saint-Leu... « Les Chinois apprécient ces sites. Ils aiment le patrimoine, la culture, le shopping et l'art de vivre à la française. Amiens réunit tous ces atouts. »

INITIER À LA CUISINE PICARDE

Côté gastronomie, impossible pour elle de départager les deux cuisines qu'elle élève « au rang d'art ». Elle ne manque donc jamais d'initier ses groupes de touristes aux ficelles picardes et aux tuiles en chocolat, allant jusqu'à programmer une balade sur les pas du président Macron. Selon Ruying Wang, la région n'aurait qu'un défaut : le quart d'heure picard ! Un sujet qui anime les conversations avec ses nouveaux amis venus des quatre coins du monde. « Après mes déplacements en Chine pour former des professionnels, j'adore revenir à Amiens. Chaque soir, je marche près d'une heure dans la ville. Ici, l'air est tellement sain. » Et quel est le prochain projet de la plus amiénoise des Chinoises ? « S'attaquer au marché du tourisme d'affaires. » Avec persévérance et passion.



FRÉDÉRIC LAJOUX

Président Amiens Cluster

Profession de foi

Frédéric Lajoux n'est arrivé à Amiens qu'il y a trois ans. Pourtant, ce Lorrain de 45 ans est un grand défenseur de sa ville d'adoption et croit en son avenir. Au point de devenir le président d'Amiens Cluster.

À peine arrivé au deuxième étage du 93, rue du Hocquet, Frédéric Lajoux s'est empressé de tomber la cravate. Signe de décompression. Ce jour-là, la secrétaire d'État chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes était au Quai de l'innovation. Et il assurait la visite. Une bonne raison d'enfiler un costume. « Mais c'est plutôt rare, précise-t-il. Sur le terrain, c'est souvent jean et baskets. » S'il accueillait Marlène Schiappa, c'est qu'il est depuis septembre le président d'Amiens Cluster. Directeur territorial d'Enedis, et impliqué à ce titre dans la création des trois clusters (ÉnergeiA pour l'autonomie énergétique, Le Bloc dédié à l'esanté et ADN consacré aux usages numériques), il a été élu pour deux ans.

LA PASSION DE RIGUEUR

C'est en 2014 que ce Lorrain a quitté sa terre natale pour prendre la tête d'Enedis Picardie, au moment où « nous traversons un changement profond de mutation numérique qui devait impacter les secteurs industriels et imposait de réfléchir à une transition énergétique ». Il pose ses valises à Rivery, « dans un quartier pluriel et plaisant avec un petit jardin. Indispensable quand on quitte les grands espaces vosgiens. On m'avait vendu la région comme peu attractive. C'est tout le contraire ».

OPTIMISTE ET CONVAINCU

Féru de littérature et d'écriture – un carnet de notes jamais loin –, passionné de philo, amateur de bon vin (« de préférence les bourgognes ») et fidèle à l'amitié incarnée par un réseau « d'amis picards formidables », ce quadragénaire est aussi « un optimiste viscéral. Un prétexte pour vivre l'instant présent ! La Lorraine a beaucoup souffert et a su se relever. J'ai foi en l'avenir, en la résilience d'Amiens qui trouve un second souffle en réarmant son tissu économique ». Frédéric Lajoux sait la ville dotée d'atouts : sa géographie, son université, son pôle recherche et « son projet politique qui crée un cadre de vie agréable et dynamique ». C'est dans cet état d'esprit qu'il a intégré Amiens Cluster. Et participe à développer des filières d'excellence afin que le territoire grandisse et produise de la croissance.

S'OUVRIRE À L'INTERNATIONAL

Parmi ses missions : trouver des financeurs « qui aideront par exemple la startup DeuxCinqUn à développer ses panneaux de chantier connectés ou le laboratoire de réactivité et chimie des solides à sortir ses batteries du futur autour du Hub de l'énergie... On ne peut pas passer à côté de ces innovations. Amiens est entré dans l'ère des possibles ». Qu'il s'agisse de s'ouvrir à l'international via un Davos de l'énergie, de développer des liens avec l'Australie ou de fédérer une plateforme financière pour favoriser les projets, Frédéric Lajoux n'a qu'une ambition : servir son territoire.





MICHEL LEFRANC

Neuro-chirurgien

Quand il opère au CHU d'Amiens, Michel Lefranc est accompagné de son robot Rosa. Entouré de l'équipe de neurochirurgie, le médecin amiénois a déjà participé à trois premières mondiales. Il mise sur l'innovation pour guérir ses patients.

Après le lycée, il a essayé maths sup. Sans succès. Un mal pour un (grand) bien. Michel Lefranc est devenu neurochirurgien, a collaboré au développement du robot Rosa et, à 37 ans, a déjà participé à trois premières mondiales. « C'est ce qui me plaît dans les neurosciences. Il n'y a pas de limites techniques. C'est la spécialité du XXI^e siècle car on dispose désormais des technologies pour étudier le cerveau. » Lorsqu'il opère un cerveau ou le rachis, le robot Rosa l'aide à positionner son endoscope dans les trois dimensions de l'espace. Résultat : la chirurgie est moins invasive. Ce qui réduit les risques d'infection et permet au patient de récupérer plus vite. La technologie Rosa, conçue par la société Medtech, est française et s'exporte progressivement. Picard d'origine, rattaché au Centre Hospitalier Universitaire d'Amiens (CHU Amiens) depuis ses études à l'UPJV, Michel Lefranc a aussi travaillé à Lille, Grenoble, Londres ou Hanovre pour se spécialiser.

Curieux depuis l'enfance

Mais c'est à Amiens qu'il se plaît : « Il y a peu d'hôpitaux dans le monde où je pourrais faire tout ce que je fais ici. L'établissement est assez grand pour disposer de compétences techniques, et suffisamment petit pour se parler. Ici, tous les médecins travaillent ensemble et il est possible d'innover ». Et pourquoi le cerveau ? « C'est lui qui commande. Et c'est un organe ultra-complexe. Quand on l'opère, on dit bonjour à la conscience, aux zones du langage, de la mémoire. » D'un naturel curieux, Michel Lefranc aimait comprendre son environnement dès l'enfance. « Quand on se baladait sur la côte et qu'on croisait une centrale nucléaire, mon père ingénieur m'expliquait comment elle fonctionnait. » Après le lycée, le jeune homme rêvait de physique quantique. Sa mère, professeure des écoles, l'initie à la littérature, aux voyages et lui donne l'envie d'aider les autres.

Ardent défenseur de sa région

Quand il se réoriente après son année de maths sup, Michel Lefranc choisit médecine après avoir assisté à un cours en auditeur libre. « La relation avec mes patients est extrêmement forte. Ils me font confiance. Et c'est valorisant de les revoir après l'opération, quand ils n'ont plus de douleurs, de paralysies ou de tremblements. » Le médecin soigne les personnes souffrant d'épilepsie, de sciatiques, de la maladie de Parkinson ou atteints de tumeur. Quand il n'est pas de garde, il pratique le kitesurf ou la voile. Ardent défenseur de sa région, il aime retrouver « les couleurs de la côte picarde, les contrastes de ses nuages. L'immensité de la mer et des plages me plaît. La baie de Somme est la plus belle du monde ». Des photos du site jalonnent les murs de son bureau. Il a même créé un blog de parcours de randonnées locales. Pour lui, ses premières mondiales n'ont « rien d'incroyable. Chaque médecin veut ce qu'il y a de mieux pour son patient ». La médecine de demain est entre de bonnes mains.





BERNARD JOANNIN

Président Amiens SC / Intersport

Bernard Joannin, 67 ans, caractère froid assumé. Le président de l'ASC, à la tête de 30 magasins et 1 000 salariés, a savouré tout en retenue la montée en Ligue 1, déjà concentré sur la suite.

Pour fêter la montée d'Amiens en Ligue 1, Bernard Joannin ne s'est accordé que quelques verres entre amis. « Le plaisir fut immense mais de courte durée. Dès le lendemain, je travaillais à la saison prochaine, nous persuadent ces yeux bleus givrés. Vous savez, il n'y a pas loin du Capitole à la roche Tarpéienne. » Comprendre : les honneurs n'empêchent pas la chute à venir. Aujourd'hui, Amiens rit. Mais le président, arrivé en 2009 en même temps qu'une insoupçonnée relégation en troisième division, n'a pas oublié les heures sombres. « Je remercie d'ailleurs tous les actionnaires et les partenaires qui m'ont accompagné au fin fond du National... Ils ont cru à l'histoire que je leur racontais. »

PROF DE SPORT

Y croyait-il, lui, à son histoire quand, à l'aube des premières saisons, il maîtrisait mieux les slogans ("1 000 jours pour réussir", "38 matchs, 38 combats") que son sujet ? « Bien sûr. Sinon, on ne le fait pas. Je ne sais jamais le jour ni l'heure où ça va marcher. Mais je sais que ça va marcher. » À l'origine, Bernard Joannin était prof de sport. En 1990, il abandonne shorts, baskets, sifflets. Enfin, désormais, il les vend. Madame a une petite boutique à Albert. Lui voit plus grand. Ouvre un INTERSPORT à Dury. Puis deux, puis trois... Aujourd'hui, son business totalise 30 magasins en France et plus de 1 000 salariés. « Le chef d'entreprise a un rôle social qui n'est pas assez mis en avant en France, déplore-t-il depuis son lumineux siège à Glisy. Entrepreneur, c'est le plus beau métier. » Juste devant enseignant ? « Le professorat est une formidable école du management : motiver 30 personnes, sans les payer, à jouer au rugby un lundi matin par -2 °C est un vrai défi... »

ANGOISSÉ PENDANT LES MATCHS

Reste que la success story a été plus lente à venir en foot que dans les affaires. « Dans les deux cas, mon rôle est de donner les moyens à mes collaborateurs de faire leur travail. » Cet ancien joueur de tennis de table de première division parle moins de foot que d'une entreprise de "spectacle footballistique". « La vedette, c'est le terrain. Je ne suis jamais angoissé avant ou après un match. Mais pendant, oui. C'est le seul moment où l'on s'en remet à l'aspect aléatoire du sport. Ça apprend l'humilité. » Bernard Joannin a tâtonné un peu. A dû apprivoiser le milieu. Mais a fini par trouver ces experts du ballon sur qui s'appuyer : Christophe Pelissier, le coach faiseur de miracles avec le petit club de Luzenac arrivé en 2015, et John Williams, son conseiller, homme de l'ombre et de réseau qui « a su recruter intelligemment avec la 17e masse salariale de la Ligue 2 ». Le miracle est encore attendu en Ligue 1. « Restons Picards, les pieds sur terre. On se retrouve face à un challenge énorme, face à des équipes au budget pharaonique. » Celui de l'Amiens SC Football avoisinera les 24 millions d'euros. Celui du PSG : 450 millions. Là encore, Bernard Joannin reste de marbre : « On arrive comme le petit garçon dans la cour de récréation ». Petit mais la tête froide.





LAURENT DRÉANO

Directeur / Maison de la Culture

En mission pour la Maison

Laurent Dréano a pris la tête de la Maison de la culture, « paquebot aux quarante matelots », en janvier. Avec le public – tous les publics – en ligne d’horizon.

« Il y avait bien plus urgent à faire », sourit Laurent Dréano quand on lui fait remarquer qu’il n’a pas pris possession de son bureau, six mois après son arrivée à la tête de la Maison de la culture. Pour le successeur de Gilbert Fillinger, parti à la retraite, l’urgence, c’était la programmation 2018-2019. Ses choix étaient attendus : environ 900 personnes ont assisté à la présentation de la saison le 12 juin. Mais dans ce bureau, un élément porte quand même sa marque : un vélo pliable. « Lui ? Il est toujours avec moi, où que j’aie. Il fait partie de moi, c’est mon Jolly Jumper », confesse-t-il. Culture rime avec nature : d’ailleurs, il envisage d’installer des ruches sur le toit de la MCA, l’un des derniers lieux de la bâtisse labyrinthique qu’il n’avait pas encore visité. « Grimper sur le toit, quand on veut ouvrir la Maison sur la ville, c’est symbolique. » Une curiosité désormais comblée. Et une autre vision d’Amiens, ville « qui regarde le monde ».

AMIENS, VILLE DE CŒUR

À 59 ans, Laurent Dréano aurait tout du “bobô” – rien de péjoratif là-dedans : cultivé, voyageur et écolo. Issu de HEC, acteur de théâtre amateur en Angleterre puis en France, c’est en financier qu’il a intégré l’établissement public du Parc de la Villette, avant d’en devenir en 1994 le directeur artistique. Puis ce fut la coordination de Lille 2004 suivie de la direction culturelle de la capitale du Nord. Et enfin, le cabinet du ministère de la Culture, de 2012 à 2017. Un beau palmarès. Alors, pourquoi Amiens ? « J’avais envie de terrain, de relever le challenge de l’ouverture au territoire et aux habitants. Comme le dit Brigitte Fouré, Amiens est la “ville-cœur” de la région. » Il se sent déjà « ici chez [lui] », à l’image du slogan de la saison 2018-2019 : “Ici chez vous”. Une saison qu’il revendique, y compris les productions déjà engagées.

TRAVAILLER AVEC LES ACTEURS LOCAUX

Mais le déclic, ce fut bien la “Macu” en elle-même : « Je suis né à Bondy (Seine-Saint-Denis, ndlr), dans la rue où Malraux, qui a voulu et inauguré cette Maison à Amiens en 1966, a passé son enfance. Ici, on sous-estime son importance internationale. Des artistes rêvent de s’y produire ! ». Dans les murs, on semble l’avoir adopté, à coups de tutoiement et d’embrassades. Lui qui, dans son jardin secret, cultive Blake et Mortimer, Les Noces de Figaro ou Barbara, garde la place de choix pour les îles australes. « La nature a toujours quelque chose à nous apprendre », assure-t-il. Tout comme l’art, réel maître en ces lieux qu’il a fait siens. De quoi assurer l’éclectisme inhérent à la MCA. La mission principale que s’est assignée Laurent Dréano, c’est la quête de tous les publics : « La culture est vecteur d’émancipation, il faut toucher ceux qui pensent que cela ne les concerne pas ». Quitte à « combattre l’incrédulité » comme il l’a fait à la Villette et à Lille. En « décoisonnant », comme il dit. Pas snob pour un sou, il se tient même prêt pour le Mondial, retransmis au bar de la MCA : « Avec Ikbal Ben Khalfallah, le directeur du Safran, nous avons échangé nos maillots ! ». Car Laurent Dréano entend bien travailler en bonne intelligence avec tous les acteurs locaux. Nul lieu culturel n’est une île.



contact presse

Service Relations Presse Ville d'Amiens - Amiens Métropole

Michel Collet

03 22 97 40 99

m.collet@amiens-metropole.com

Sandrine Gandega

03 22 97 43 24

s.gandega@amiens-metropole.com

