



## Lancement réussi !

Promo de l'année 2018 parrainée par Gérard Larcher

L'IHEM est un programme d'étude, de formation et d'échanges d'excellence (niveau Executive MBA)



### Une promotion 2018 représentative de la diversité métropolitaine

Parrainée par Gérard Larcher

Entreprises et institutions : Aldi, Arep, Assemblée Nationale, Chambre de Commerce et d'Industrie du Var, Citelum, EDF, Engie Avenue, Grand Paris Aménagement, La Poste, Métropole de Toulouse, Métropole d'Orléans, Pesey Consultant, Préfecture de la Région Ile de France, Transdev, Véolia Eau, Ville de Grenoble, Vinci Autoroutes

Trois groupes de travail ont été constitués, chacun encadré par un « mentor » :

- **Comité #1** « L'organisation des métropoles, premiers enseignements ? » (Mentor : Marc Beaulier - Public Impact Management)
- **Comité #2** « Métropoles et smart city » (Mentor : Françoise Larpin - KPMG)

- **Comité #3** « Quelles sont les stratégies d'attractivité des Métropoles ? » (Mentor : Marc Lhermitte - EY)

## 7, 8 et 9 février - VISITE de Métropole : Orléans

- La Métropole d'Orléans est toute jeune, mais elle a déjà tout d'une grande. Notre visite nous a permis d'observer les nombreuses opérations en cours : COM'et, Interives, etc...
- Olivier Carré, Maire d'Orléans et président de la Métropole nous a présenté un projet stratégique ambitieux, fruit d'un solide travail d'analyse et de réflexion
- Orléans se donne comme objectif d'intégrer le top 15 des Métropoles
- Une visite rythmée par des rencontres, exposés et échanges avec les principaux décideurs de la Métropole : Matthieu Shlesinger, premier VP et Maire d'Olivet, Bertrand Langlet, DGS, Dominique Guy, DGA etc
- Jean-Daniel Heckmann (DGS de la Région Centre Val de Loire) et Luc Chaperon (DGS Département du Loiret) nous ont également reçus
- L'articulation de la Métropole et de ses territoires associés, aux différentes échelles, était au cœur des débats.

## 22 et 23 mars - Séquence à Paris sur le thème de la mobilité

- Dîner de promotion le mercredi soir
- Ateliers stratégiques et visites de terrain le jeudi
- Master Class avec Michel Cadot, préfet de la Région Ile de France et préfet de Paris (*sous-réserve*)
- Ateliers de travail : quelles compétences pour les Métropoles, les enjeux institutionnels, etc...

[View this email in your browser](#)



Retrouvez **Gérard Larcher**,  
président du Sénat et parrain de la  
1<sup>ère</sup> promotion de l'IHEDM  
interviewé par **Jacques Godron**

Retrouvez **Jean-François Carencio**,  
président du Conseil d'Orientation,  
**Gérard Larcher**, parrain de la  
promo 2018, **Thierry Lajoie** (Grand  
Paris Aménagement), etc...



**Bref retour en images**  
Retrouvez la vidéo de présentation  
de la séquence de Janvier

## Grand Paris : réussir la Métropole ... ?



Entretien avec **Jacques Godron**  
Président du Club des Entrepreneurs du Grand  
Paris. Expert en stratégies de développement  
des territoires

**« Une métropole c'est, en même temps, un enjeu économique (créer et attirer des valeurs et de la richesse) et un enjeu urbain (permettre à tous ceux qui créent ces valeurs, de près ou de loin) d'y vivre le mieux possible... Il reste encore beaucoup à faire pour que le Grand Paris soit une métropole de la réussite. »**

**L**a Métropole du Grand Paris est créée depuis près de 2 ans : satisfait ou déçu ? Les entreprises ne peuvent que se féliciter de la mise en place d'une instance spécifique dont la mission et le rôle est de prendre en compte le développement et l'attractivité de la zone dense du Grand Paris-ville mondiale. Ne peuvent prétendre être des « métropoles mondiales » que des zones denses extrêmement attractives, et productives. Comme le dit si bien le préfet Jean-François Carencio, une métropole est l'endroit qui soutient une véritable création : création de valeurs, création de connaissances, création d'émotions (culturelles), création de lien social. Une métropole c'est donc un système urbain extrêmement particulier, ne ressemblant à aucun autre, qui fait face à des enjeux spécifiques, qui a des ambitions spécifiques et des problèmes spécifiques à résoudre. Il fallait en prendre conscience. C'est fait, c'est bien.

Fallait-il pour cela une instance nouvelle ? Étant moi-même l'inventeur de l'expression (qui a fait florès depuis) « miliefeuille territorial » je suis bien placé pour en parler. Le problème n'est pas de savoir s'il fallait créer une instance nouvelle, mais de savoir si et comment la métropole (lequel que soient ses avatars) arrive à saisir des enjeux métropolitains, à décider et à faire (ou faire faire) tout ce qu'il y a à faire pour que le Grand Paris soit une « métropole de la réussite ». Ce ne sont pas les voitures qui gagnent les courses, ce sont les pilotes... et avant eux les ingénieurs. Pour l'instant, si la carrière reste séduisante, les ingénieurs du Grand Paris n'ont pas vraiment été à la hauteur !

Qu'y aurait-il donc à faire pour que Paris soit véritablement une métropole mondiale ? Pour être reconnue « métropole mondiale »

Il faut répondre à deux enjeux très précis. Premièrement, l'ensemble économique qui est votre métropole doit attirer et fixer la classe créative nomade mondiale. Deuxièmement, l'ensemble urbain qui est aussi votre Métropole... doit être vivable pour (tous) ses habitants ! Une métropole c'est donc, en même temps, un enjeu économique fort et attirer des valeurs et de la richesse) et un enjeu urbain (permettre à tous ceux qui créent ces valeurs, de près ou de loin) d'y vivre le mieux possible ...

L'enjeu urbain, quel est-il précisément ? À partir d'une certaine taille les « trop-grandes-villes », que j'appelle les « hypervilles » (i.e. les mégapoles) deviennent insoutenables. Pourquoi ? Parce qu'elles ne fonctionnent plus. Au début la taille de la ville est un atout, puis ça bascule et le gigantisme devient insupportable : insécurité, gaspillages, bouchons, temps de transport, pertes de moyens sociaux et ghettos, violence et inégalité. Qui plus est l'hyperville rejette ses habitants les plus faibles de plus en plus loin en périphérie ; alors qu'on demande dans le même temps à la métropole d'attirer de plus en plus d'emplois !!! Injonctions paradoxales... Il faut donc rendre l'hyperville agréable, soutenable, vivable, désirable. Et ça n'est ni naturel ni automatique... Voilà le karma de la « métropole de la réussite ».

Parlons de l'enjeu économique : quelle est cette fameuse classe créative ? Et en quoi est-elle déterminante ? La « classe créative » de Richard Florida ce sont les chercheurs, les créateurs, les concepteurs de tout poil qui créent de la valeur dans tous les secteurs de l'économie



Accédez au dossier complet de la revue de l'ENA  
consacrée aux Métropoles en cliquant ci-dessus



This email was sent to [dgl@ihedm.fr](mailto:dgl@ihedm.fr)  
[why did I get this?](#) [unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)  
IHEDM · 39 Rue Monttessuy · Juvisy-sur-Orge 91260 · France