

Attractivité économique de la région : tout reste à faire.

Une étude récente menée par l'IFOP pour la Créativallée montre que, si l'image du Nord-Pas-de-Calais s'est améliorée auprès des chefs d'entreprises et cadres dirigeants du reste de la France, la méconnaissance du dynamisme économique régional reste très forte.

Une image qui s'améliore tout doucement

Réalisée par l'IFOP auprès de 501 personnes, cette enquête montre que, dans l'ensemble, le Nord-Pas-de-Calais jouit d'une meilleure image que lors de la première vague en 2007 (70 % contre 55 %). « Néanmoins, décrypte Damien Philippot, responsable du Département Stratégie et Opinion Publique de l'IFOP, cette tendance n'est pas structurée, car 11% seulement des personnes interrogées déclarent avoir une très bonne image de la région ».

Autre enseignement de cette étude : aux yeux des décideurs, le Nord-Pas-de-Calais reste avant tout une région industrielle. « Le chiffre est même en progression de 10% par rapport à 2007 », indique Damien Philippot. Suivent la dimension européenne de la région (68 %, -2 par rapport à 2007) et, loin, très loin derrière, l'idée que le Nord est un endroit « où il fait bon vivre » (38 %), même si le taux de réponses positives à cette affirmation est en forte progression par rapport à 2007 (+13 points).

Des indices fâcheux

Mais les chiffres les plus inquiétants sont peut-être à trouver du côté des réponses des entrepreneurs concernant l'enseignement supérieur et la recherche. En effet, malgré sa position de deuxième académie de France (154 000 étudiants) et ses 21 grandes écoles (qui forment 10 % des étudiants de niveau ingénieur), la région peine à se faire connaître pour ses établissements post-bac : seulement 36 % des décideurs interrogés ont ainsi répondu de manière positive à l'affirmation « Le Nord-Pas-de-Calais est connu pour ses universités et ses grandes écoles ».

De la même manière, la question de savoir si la présence de centres de recherche et d'innovation était un facteur d'attractivité de la région a fait apparaître un manque cruel de communication et d'information en la matière, puisque 35 % des chefs d'entreprises ne se sont pas prononcés sur le sujet. Un chiffre qui en confirme d'autres : un tiers des cadres dirigeants interrogés ignore que la région attire presque autant d'entreprises étrangères que Rhône-Alpes, tout comme ils ne savent pas que Lille abrite plus de sièges sociaux que Lyon.

Reste que, comme le souligne Stéphane Caplier, délégué de l'association Créativallée, « il est plus facile de convaincre des gens qui n'ont pas d'opinion que des personnes qui ont un préjugé défavorable ». Il n'y a plus qu'à...

Par Vincent Glavieux