

OPINION/LA LIBRE BELGIQUE/20 JUIN 2018

**NOUS SOMMES TOUS LES AMBASSADEURS DE
BRUXELLES !**

En 2050, les villes représenteront 70% des habitants de notre planète. C'est dire si nous sommes entrés de plain-pied dans la civilisation urbaine. Qu'on le veuille ou non, le XXIème siècle sera dominé par les villes. Place donc aux métropoles, aux villes-régions, aux villes-états. Pour être à la hauteur de ce statut, il importe de répondre à cinq critères essentiels : ouverture, audace, diversité, connaissances et financement. Il s'agit notamment d'attirer les talents, y compris étrangers. Il est dès lors permis de parler de situation concurrentielle entre toutes ces communautés urbaines. En d'autres termes, Bruxelles se doit de répondre à la concurrence des autres métropoles. Cela passe avant tout par la valorisation de son image.

Face à ce contexte général, Bruxelles possède heureusement une série d'atouts. Il y a tout d'abord l'implantation de nombreuses institutions européennes et internationales. Notre capitale se signale par la présence des meilleurs diplomates et des meilleurs lobbyistes. Bruxelles n'a rien à envier à Washington. Mais, par son cosmopolitisme et par son multiculturalisme, Bruxelles est aussi New York. 184 nationalités sont représentées. « Brussels » est une marque connue et reconnue internationalement. En outre, la cité brabançonne est bien placée géographiquement. Par ailleurs, comme toutes les grandes métropoles, Bruxelles est multisectorielle, pluridisciplinaire, éclectique. Et elle bénéficie d'un boom démographique qui n'est pas négligeable. Enfin, cerise sur le gâteau, notre capitale est réputée pour son art de vivre.

Mais, en plus de ces avantages globaux, Bruxelles excelle dans de multiples domaines spécifiques. Impossible de faire ici le catalogue complet de ces compétences bruxelloises. Citons néanmoins quelques expertises. Par ordre alphabétique et pêle-mêle : agriculture urbaine, alimentation, bière, chocolat, cinéma, cirque, codage, construction, coworking, culture, design, espaces verts, festivals, green buildings, hautes écoles, hôpitaux, médecine, mode, patrimoine, recherche, restaurants, salons, universités,...

Manque de vision

Evidemment, face à cette concurrence internationale, Bruxelles présente aussi de nombreux points faibles. Pointons à ce propos nos carences identitaires. Au contraire des Liégeois et des Anversois, les Bruxellois manquent de fierté. Certains disent même qu'il s'agit d'un manque d'ambition ou de grandeur. Par exemple, il est permis de regretter l'absence de patriotisme économique. En tout cas, il y a cette incapacité à bien se vendre. En fait, Bruxelles est encore trop méconnue par les Bruxellois. Cette méconnaissance est sans doute due au fait que dans notre capitale, l'identité locale est plus forte que l'identité régionale. En réalité, le citoyen bruxellois n'est pas encore un vrai citoyen. Davantage villageois dans la ville, il est très attaché à son quartier ou à sa commune.

A côté de cela, il y a l'ambiance générale qui relève parfois de la sinistrose. Certains parlent de « Brussels Bashing ». Encore trop souvent, le terme de « bruxellisation » reste connoté négativement.

Ces messages démoralisants sont véhiculés par les médias internationaux, européens, belges et, même, bruxellois.

Et quand on évoque les faiblesses bruxelloises, il est difficile de passer sous silence la réalité politicoinstitutionnelle.

De manière générale et sans verser dans le populisme ambiant, on peut déplorer un manque de vision, de leadership et d'efficacité. Dans certains domaines, la lenteur de la mise en œuvre est réellement préoccupante. Puis, il y a cette fameuse complexité institutionnelle. Force est de constater la mauvaise visibilité, la mauvaise lisibilité, la mauvaise perception des institutions. Selon la formule consacrée, « à Bruxelles, tout le monde est compétent mais personne n'est responsable ».

Résultat des courses, la capitale belge souffre de problèmes chroniques. A nouveau, il est exclu de dresser la liste exhaustive. Quand même, citons quelques problématiques. Ce sont pêle-mêle et par ordre alphabétique : chômage des jeunes, enseignement (francophone), incivilités, intégration, logements publics, mobilité, nuisances sonores, propreté, qualité de l'air, pauvreté, précarité, sécurité, transports en commun, urbanisme débridé.

Diplomatie médiatique

Malgré tous ces handicaps à ne surtout pas occulter, nous pensons que le moment est venu de lancer une nouvelle initiative. Le temps n'est plus à larmoyer mais à agir. Incontestablement, les lignes bougent, que ce soit aux niveaux politique, médiatique, académique, économique, citoyen,... Le lancement de l'espace Kanal-Centre Pompidou est révélateur à ce sujet. Apparemment, la marque « Brussels » ne laisse plus les Bruxellois indifférents...

Faisons donc en sorte que les citoyens bruxellois soient davantage fiers d'être bruxellois. N'oublions pas que les premiers porte-parole de Bruxelles sont les Bruxellois eux-mêmes. Et par Bruxellois, nous entendons toutes celles et tous ceux qui résident à Bruxelles (et alentours), quelle que soit leur nationalité.

Pour renforcer cette identité bruxelloise, nous avons lancé le Club Grand Place. Ce n'est ni un cercle d'affaires ni un lieu géographique. C'est avant tout une signature. Au travers de cette marque, l'idée est de communiquer aux citoyens bruxellois les motifs d'être fiers de Bruxelles. Pour véhiculer ces messages, le Club Grand Place fait appel à des ambassadeurs recrutés parmi les leaders de tous les secteurs où Bruxelles excelle.

En tant que leaders, nous nous engageons à être les ambassadeurs de Bruxelles. Lorsque nous serons amenés à communiquer dans le cadre de nos activités, nous nous attellerons également à valoriser l'excellence bruxelloise dans notre secteur. Nous attendons de la part des leaders politiques le même sens des responsabilités en faveur de l'image de Bruxelles. A ce propos, la première pierre à l'édifice consisterait à améliorer la coopération entre la Ville de Bruxelles et la Région de Bruxelles-Capitale sur le plan des relations extérieures de la capitale.

En résumé, nous encourageons tous ceux qui sont concernés par l'image de Bruxelles et qui portent un savoir-faire dans leur domaine à nous rejoindre (www.clubgrandplace.eu). Comme nous, devenez les ambassadeurs du Club Grand Place et contribuez à redorer le blason de la capitale.

Signataires