



Montpellier, la ville communicante

En matière de communication, Montpellier a depuis bien longtemps gagné la mère des batailles : la conquête de l'opinion par l'image. Une image qui n'a cessé d'évoluer au gré des métamorphoses de la ville. Le rêve est devenu réalité... Vieux slogan pour une ville sans cesse nouvelle.

Un ballet de trams colorés. C'est la première chose que l'on voit lorsqu'on sort de la gare puisque les quatre lignes s'y croisent. L'image de Montpellier commence par là. Une idée de Georges Frêche – comme à peu près toutes d'ailleurs – qui a voulu faire du tram un véritable outil de com. Efficace : les hirondelles et les fleurs multicolores de Garouste et Bonneti portent au quotidien l'idée d'un territoire créatif et dynamique. L'entrée en scène, en avril dernier, des lignes habillées par Christian Lacroix, y a ajouté une certaine fierté.

À Montpellier, plus qu'ailleurs, la ville elle-même est communicante. Elle renvoie aux visiteurs comme aux habitants l'idée d'un territoire jeune et énergique, en pleine expansion économique, loin des clichés du Sud farniente. La transformation urbaine y est pour beaucoup. Sous l'impulsion de son maire historique, la ville s'est métamorphosée pour répondre à une poussée démographique exceptionnelle. L'agglomération, qui compte aujourd'hui 420 000 habitants, accueille 1 000 nouveaux arrivants

chaque mois. De nouveaux quartiers ont vu le jour, tournés vers la mer à l'instar de Port Marianne. De grands pôles d'activités sont sortis de terre : Euromédecine, Agropolis, Antenna pour le secteur audiovisuel, Héliopolis pour le tourisme et la culture, et le Pôle informatique.

Mais ce qui frappe le plus, c'est l'architecture. La ville a construit son positionnement sur des équipements publics spectaculaires, faisant appel à de grandes signatures. Le quartier Antigone de Ricardo Bofill crée une perspective monumentale entre la place de la Comédie et le siège de la Région aux allures d'Arc de triomphe. Entre les deux, face à face, l'imposante médiathèque et la piscine olympique témoignent de la place prépondérante du sport et de la culture. L'hôtel de ville dessiné par Jean Nouvel, inauguré cette année, se présente comme un immense cube bleu, point d'ancrage d'un nouveau quartier qui atteindra peut-être la mer dans un demi-siècle. À l'autre bout de la ville, Pierresvives, la « Cité des savoirs et du sport pour tous » conçue par Zaha Hadid pour le département de l'Hérault. Implantée



La troisième ligne de tram, inaugurée en avril dernier, a été habillée par le couturier Christian Lacroix.

au cœur du quartier de la Paillade, elle donne une impulsion nouvelle à la partie nord du territoire.

La communication fait partie intégrante du projet de développement du territoire. Une communication marquée par la personnalité de Georges Frêche, maire de 1977 à 2004 puis président de l'agglomération jusqu'à son décès en 2010. Dans les années

1980, Montpellier s'affiche comme « entreprenante » et « surdouée ». Dix ans plus tard, Yehudi Menuhin, les frères Pourcel, Merce Cunningham déclarent au monde entier « À Montpellier, j'ai réalisé mon rêve ». Puis, dans les années 2000, c'est la ville elle-même qui porte ses propres ambitions : « Montpellier, la ville qui réalise ses rêves ».



HISTOIRE DE LOGOS

De la ville, de l'agglomération, de la région... Pas un pas sans apercevoir un logo institutionnel. On mesure visuellement le poids de la puissance publique dans un territoire où le tissu économique est essentiellement constitué de PME. Le logo serait-il à ce point un symbole de rayonnement pour que soit peint celui de Montpellier sur les rives du Lez ? L'anecdote est plus croustillante. Une facétie de Georges Frêche à l'encontre de son ennemi politique Jacques Blanc alors président de la Région : de la fenêtre de son bureau, il ne pouvait pas manquer d'admirer cet immense M bleu orienté à son attention !



The French Destination

Encore une fois le pari est payant. Comme une consécration, le New York Times classe Montpellier parmi les 45 destinations à visiter en 2012. Le seul site français. Une reconnaissance qui « confirme le rayonnement international de la ville », se réjouit Hélène Mandroux, l'actuelle maire. Et si l'image est positive en externe, elle l'est aussi en interne. 93 % des habitants déclarent avoir une bonne image de leur ville, qu'ils soient installés depuis longtemps à Montpellier ou nouveaux arrivants.

