

EPLAAD. L'image de marque des entreprises publiques de l'agglomération dijonnaise

Une bannière, des principes

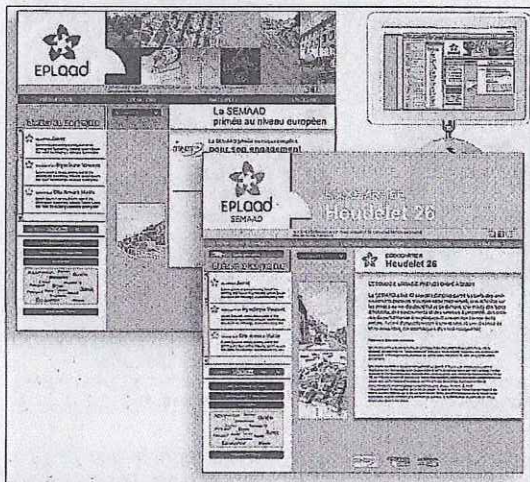
La SEMAAD, bientôt 50 ans, se refait une beauté et passe sous la bannière EPLAAD. Les principes sont les mêmes... mais méritent quelques explications.

SEMAAD, SPLAAD, EPL... Ces sigles sont pour la plupart inconnus du grand public (excepté tout de même le premier, créé il y a bientôt cinquante ans). Pourtant, ces entreprises publiques locales (EPL) contribuent quotidiennement à l'aménagement, au sens large, de Dijon, de son agglomération et bien au-delà si nécessaire.

Profitant de cette semaine nationale des EPL (19 au 26 mai), Pierre Pribetich et Thierry Lajoie, respectivement président et directeur des Entreprises publiques locales d'aménagement de l'agglomération dijonnaise, ont souhaité fédérer l'ensemble des activités sous une même bannière commune : l'EPLAAD.

Au-delà de la marque, chaque composante garde son mode de fonctionnement et ses prérogatives.

La mise en exergue de l'EPLAAD, c'est finalement respecter le code génétique de la SEMAAD



Chaque nouvelle réalisation aura droit à son propre site internet. Document EPLAAD

(qui débuta avec la création du lac Kir) tout en proposant aux 116 communes de l'aire dijonnaise (SCOT) la possibilité de piocher dans « une boîte à outils » complète, pour étudier, aménager, construire les villes, quartiers, et zones d'activités de demain.

Des « métiers » d'autant plus variés, que comme le

souligne le 1^{er} vice-président du Grand Dijon, les sénateurs, après l'Assemblée nationale, ont très majoritairement entériné la création des Sociétés publiques locales (SPL) dont les compétences seront élargies (eau, énergies, communication...).

En attendant, l'EPLAAD, qui n'a pas moins d'une trentaine d'opérations en cours ou à réaliser, peaufine sa communication.

Un « principe durable » : la transparence

Cahiers urbains, sous forme de feuillet, sites internet dédiés, signalétique et maisons de projets sont les nouveaux vecteurs de communication à l'intention du grand public. Le tout devant être décliné pour chaque nouvelle réalisation. Forte des retours d'expérience précédents, l'EPLAAD s'engage ainsi sur un « principe durable » : la transparence.

« Nous allons communiquer plus et mieux, pas pour glorifier la marque, mais pour aller à la rencontre des gens » comme le souligne, fort prosaïquement, son directeur général.

Ces différentes démar-

« Réaliser des microquartiers complets. »

Pierre Pribetich

ches, dont les premiers signes sont déjà visibles sur une opération à Genlis, visent effectivement à associer la population, très en amont. Ainsi les maisons de projet (pérennes ou temporaires) accueilleront les proches ou futurs habitants mais également les scolaires avec un programme pédagogique spécifique.

Sur le même ton, les deux « bras armés » de la politique de la ville du sénateur-maire, assurent que les nouveaux quartiers ne peuvent être en travaux pendant des années, comme on a pu le voir au nord de Dijon. « Nous prônons la réalisation de microquartiers complets (commerces et services inclus), livrés clés en mains à leurs occupants. La force des EPL, c'est d'allier efficacité, qualité et coûts maîtrisés. »

Et Thierry Lajoie de conclure : « Si l'aménagement durable est synonyme de surcoût, il n'est pas durable. »

PHILIPPE MEYRUEY

DÉCRYPTAGE

SPLAAD Société publique locale d'aménagement de l'agglomération dijonnaise. Société anonyme de droit privé dont le capital est exclusivement détenu par les collectivités (Grand Dijon, Dijon, Chenôve, Quetigny, Talant...).

SEMAAD Société d'économie mixte d'aménagement de l'agglomération dijonnaise. Société de droit privé évoluant dans le secteur concurrentiel. Son capital est détenu par des collectivités, majoritaires, et des partenaires (OPAC, Caisse d'Épargne, CIF, CCI, Dexia, Scic Habitat Bourgogne...).