



Les Ateliers du Projet Métropolitain

Atelier 1 L'attractivité économique de la métropole toulonnaise

6 juillet 2009 – Villa Tamaris Pacha – La Seyne-sur-Mer
Actes rédigés par Olivier Réal et Jean-Christophe Barla,
journalistes

Les Ateliers du Projet Métropolitain : KESACO ?

Le Projet Métropolitain de l'aire toulonnaise, porté depuis 2005 par les collectivités avec l'appui en ingénierie territoriale de l'AU[dat], est l'occasion d'une réflexion approfondie sur les fonctions métropolitaines et technopolitaines spécifiques de ce territoire.

La démarche de projet déployée vise à définir des actions publiques de nature à accroître le rayonnement de la métropole au plan régional, national, européen. Des axes de travail ont ainsi été établis à différentes échelles de lieu, de temps et de moyens (cf verso).

Les Ateliers du Projet Métropolitain nourrissent la réflexion locale par des rendez-vous réguliers permettant de réunir autour de paroles d'experts des acteurs de la sphère publique et privée.

C'est le rôle qu'entend remplir l'Agence d'Urbanisme de l'aire toulonnaise en organisant la confrontation des points de vue. Parallèlement, cela peut favoriser l'émergence éventuelle « d'une matière à projets » nouvelle, susceptible de faire progresser l'aire toulonnaise dans son adaptation permanente aux évolutions économiques, sociales et environnementales.

L'attractivité économique de la métropole toulonnaise a ouvert le ban le 6 juillet dernier à la Villa Tamaris Pacha de La Seyne-sur-Mer, devant nombre d'acteurs locaux et régionaux, élus et techniciens, entrepreneurs..., impliqués dans le développement et l'aménagement du territoire.

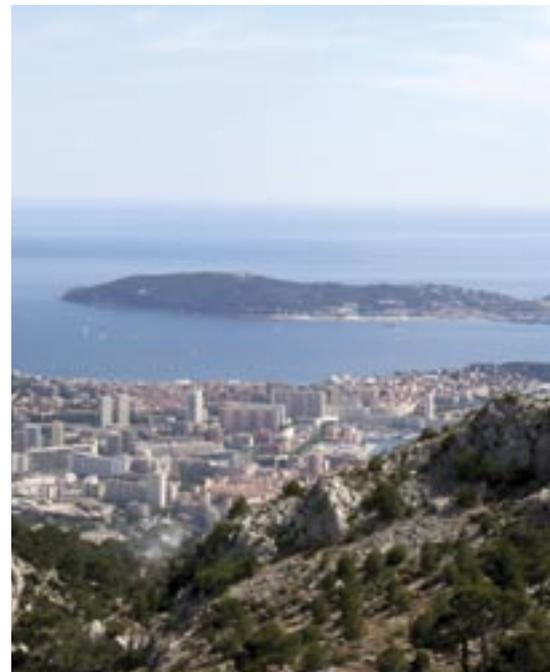
Marc Tassel, directeur de la Mission de développement économique de la région PACA, est ainsi entré dans le vif du sujet du rayonnement via l'investissement international, ainsi que les facteurs d'attractivité actuels et potentiels du (des) territoire(s).

Patrick Valverde, vice-président du réseau national des technopoles, RETIS, et directeur de Toulon Var Technologies, a poursuivi s'agissant du rôle des filières technopolitaines dans le développement économique, incluant les notions fondamentales de marketing du territoire.

Antoine Viallet, directeur associé d'Astime Méditerranée, est intervenu sur la stratégie du territoire en offre d'immobilier tertiaire, plus que jamais vecteur de croissance, de concurrence et de différence.

Daniel Droz-Vincent, directeur de l'AU[dat], a rempli le triple rôle de sachant, candide et « Monsieur loyal » lors de ce premier atelier préparé avec application par **Cécile Mezger**, responsable d'études, et l'équipe de l'Agence d'Urbanisme. Un événement dont la marraine, très au fait des sujets abordés, était **Christiane Hummel**, sénateur-maire de La Valette, première vice-présidente de la Communauté d'agglomération Toulon Provence Méditerranée et présidente de la commission développement économique de cette structure intercommunale.

Voici les actes de cet atelier inaugural, sous forme de morceaux choisis des interventions.





Marc Tassel, directeur de la Mission de développement économique régional PACA, a mesuré et situé le rayonnement métropolitain de l'aire toulonnaise à l'aide du critère de l'investissement international. Un domaine plus souvent que de coutume... étranger au Var et à sa capitale !

Le Var peu attractif en investissements internationaux

Créer une image

En matière de débats sur l'attractivité du territoire, on court parfois le risque de la banalité. Il n'en a rien été. Premier intervenant de cet atelier du Projet Métropolitain de l'aire toulonnaise, le directeur de la MDER s'est exprimé franchement, quitte à provoquer des réactions. « *Toulon n'a pas une mauvaise image. Toulon n'a pas d'image* » a-t-il ainsi osé, s'agissant des investisseurs étrangers. Comment, dans ces conditions, les séduire sans point fort unanimement reconnu ? Pour Marc Tassel, un deuxième handicap caractérise l'aire toulonnaise et le Var : **les moyens mis en œuvre pour prospecter des entreprises ne sont pas à l'échelle du département.** « *La MDER compte seulement six personnes afin de ne pas doubler avec les agences de promotion disséminées sur le territoire régional. Elle s'appuie donc notamment sur Var Accueil Investisseurs. Mais, cette structure dispose d'un budget et d'un effectif inférieurs à son homologue vaclusienne ! Provence Promotion, dans les Bouches-du-Rhône, et Team Côte d'Azur, pour les Alpes-Maritimes, emploient plus d'une vingtaine de collaborateurs avec des budgets de l'ordre de 3,5 à 3,7 millions d'euros, Vaucluse Développement une douzaine pour un budget d'1,2 million d'euros. Les résultats de VAI s'avèrent donc moins bons que ceux du Vaucluse. Sur les quatre dernières années, la région a attiré 176 projets d'investissements étrangers, porteurs de près de 8 300 emplois. Dans ce total, le Var n'en a capté que 7 pour 310 emplois* ». Selon le directeur de la MDER, une stratégie plus ambitieuse vaudrait de s'imposer. « *Le département ne doit pas devenir le déversoir de ses voisins de l'est et de l'ouest* »...

Bien cerner les attentes des investisseurs

Arguant, plus positif, que « *le Var offre encore beaucoup de possibilités* », il s'est efforcé d'exposer quelques pistes de réflexion, en évoquant les résultats de l'étude 2009 d'Ernst & Young sur l'attractivité en faveur de l'investissement étranger en France, effectuée auprès de 300 investisseurs étrangers, principalement anglo-saxons. Ces données sont à recouper avec celles collectées par l'Agence Française pour les Investissements Internationaux. Inutile, selon lui (et eux), de tabler encore sur la qualité de notre cadre de vie : la demande n'apparaît plus prioritaire. En effet, **plus de la moitié des décideurs interrogés réclame en premier des infrastructures de transport diversifiées et opérationnelles.** « *Toulon ne possède pas d'aéroport international et l'A8 ne semble jamais apparaître comme un axe d'expansion économique à structurer. Le pays d'Arles ou Salon-de-Provence tirent mieux profit de l'A54* ». Viennent ensuite, à égalité (49%), la qualification de la main-d'œuvre ainsi que la stabilité et la transparence de l'environnement politique et légal.



« Dans ce domaine, la France fait plutôt peur, a-t-il également mentionné. Que la fiscalité soit élevée n'est pas en soi un réel problème dès lors que les règles ne changent pas tout le temps ». 47% regardent également le marché national et régional, les infrastructures de télécommunications et le potentiel de croissance de la production. Si l'Europe reste en période de crise « une valeur refuge », la France ne s'en tire pas mal en demeurant le 2^{ème} pays d'accueil d'investisseurs étrangers, derrière le Royaume-Uni. PACA attire entre 30 et 50 projets par an. Paris, largement en tête, et Lyon, sont citées comme les métropoles les plus attractives. Marseille, 3^{ème}, arrive loin derrière, Nice est 8^{ème}.

« Entre PACA et Rhône-Alpes, l'écart avec se creuse et sa position concurrentielle se dégrade »

Mieux profiter des ressources naturelles existantes

« En abordant la question par grandes filières économiques, PACA se classe correctement partout. Mais, en terme d'attractivité, elle souffre de n'être la première nulle part, au contraire de Midi-Pyrénées dans l'aéronautique, ou du bassin grenoblois dans la microélectronique ».

« L'énergie, les éco-activités et technologies vertes constituent aujourd'hui les secteurs les plus porteurs. Dans la région, il y a aussi ITER. Le Var doit s'accrocher à ce train de développement et donc réfléchir aux investissements à prévoir pour y parvenir ». Il a rappelé, enfin, que « l'attractivité est comme une mayonnaise : il faut plusieurs ingrédients. S'il existe ici des compétences bien identifiées, comme, par exemple, dans les technologies de la mer, un investisseur étranger se montrera attentif. Encore plus s'il a affaire à une gouvernance organisée et motivée ».



Points de vue

« Le Var ne ressemble pas aux Bouches-du-Rhône et aux Alpes-Maritimes « bétonnées ». Nous sommes le 1^{er} département forestier de France, mais aussi 1^{er} en tourisme, en fleurs coupées, en vin rosé... »

Christiane Hummel, sénateur-maire de La Valette, vice-présidente de Toulon Provence Méditerranée

« L'attractivité vue par l'investissement étranger est un critère mais pas le seul... Par ailleurs, faut-il travailler sur les points forts d'un territoire ou combler les handicaps ? Ce sont des décisions lourdes qui nécessitent un arbitrage au bon niveau »

Jean-Alain Videau, directeur du développement économique de Toulon Provence Méditerranée

« Il faut éviter que le Var se réveille un matin et se dise : « purée », on ressemble aux Alpes-Maritimes... Nous devons mener une vraie réflexion sur la forêt et la valorisation de la ressource, entre autres par le bois-énergie »

Gérard Fleuriot, Direction départementale de l'équipement et de l'agriculture



Patrick Valverde, vice-président du réseau national des technopoles, RETIS, et directeur de Toulon Var Technologies depuis 20 ans, a planché lors de cet atelier sur le rôle des filières technopolitaines dans le développement économique, éléments essentiels de la métropolisation et de l'attractivité du territoire.

L'avenir est dans le 3^e sexe des technopoles

Du technopôle à la technopole

Pour rendre le sujet un peu plus... « sexy », Patrick Valverde a débuté son propos par un petit peu de sémantique sur le sexe des technopôles, histoire aussi d'évacuer les confusions. « *Les ingrédients sont les mêmes : recherche, entreprises technologiques, formation, services d'appui à l'innovation, services quotidiens, seule la concentration sur un lieu fait une différence, importante toutefois en matière de lisibilité, d'attractivité* ».

Un technopôle, au masculin donc et avec accent sur le « ô », désigne un espace précis du territoire où se concentrent et interagissent ces ingrédients. Une technopole, au féminin et sans accent, est conjointement un pôle technologique et un territoire plus large, à l'image de l'agglomération toulonnaise, où ces interactions s'effectuent également avec le tissu de ressources humaines, universitaires, techniques, technologiques, immobilières, financières, culturelles, urbaines... Rien n'est figé, a souligné Patrick Valverde, puisque les technopôles de Rennes Atalante ou Nantes Atlanpole, par exemple, se sont étendus en multisites et ont migré vers l'ingénierie globale de l'innovation dans une logique de technopole au féminin. Même approche pour Montpellier, qui s'est structuré, ou Malaga qui rayonne autour de la mer.



Du marketing dans le territoire

Globalement, ce phénomène né au milieu du XX^e siècle aux USA, relayé en Europe dès les années 70 et incarné alors dans notre région par Sophia Antipolis, a connu une forte progression dans la décennie 80 (250 projets), boostant les politiques technopolitaines. « *Le féminin l'a emporté au fil du temps et de l'insertion des sites technopôles dans les cités technopoles désireuses de faire de l'innovation une priorité* ». Une évolution somme toute naturelle « *dans un monde ouvert où l'entreprise, industrielle comme technologique, a besoin d'un environnement adapté* ». Au même titre que la ville a évolué vers l'agglomération puis la métropole tout en demeurant suffisamment sexy (on y revient) afin d'accroître son attractivité et sa compétitivité.

En fil rouge, le niveau d'exigence de plus en plus élevé, nécessitant un territoire en mouvement constant. « **L'attractivité est aussi une question de marketing du territoire, sachant que l'on ne sera pas les meilleurs du monde du jour au lendemain. Une démarche technopolitaine est forcément longue. La Silicon Valley, Grenoble ou Sophia Antipolis, ont mis 20 à 25 ans à se marketer. Les Pôles de compétitivité sont issus de cette transformation de fond du tissu économique. Chez nous, le Pôle Mer Paca est le fruit de 20 ans de travail de TVT. C'est cher également, avec, souvent, un investissement de type public. C'est complexe aussi, avec des personnes différentes, des métiers différents, voire des « mondes » différents. Enfin, c'est très concurrentiel, en particulier en provenance de pays émergents. Mais cela fonctionne et profite même d'abord au tissu local** ».

De l'efficacité dans la gouvernance

« 50% à 60% des entrepreneurs et chercheurs présents sur les sites technopolitains étaient préalablement en place. Le Pôle Mer s'appuie sur le réseau déjà existant du Marine & Sub-Marine Network ». Celui-ci avait déjà permis de formaliser la fertilisation croisée et la diversification vers le civil des activités de Défense historiquement présentes. Il y a la mer, mais pas seulement, avec notamment une filière multimédia en gestation. Il y a la technologie, mais pas seulement, avec la qualité en mode opératoire, déclinée de façon exemplaire par le SPL Horticole à Hyères, a précisé Patrick Valverde.



16 000 emplois à Rennes, 300 entreprises accompagnées à Nantes, 185 à Toulon, dont 20 nouvelles par an en moyenne, **la réussite technopolitaine se mesure en créations d'entreprises**, incluant leur incubation (pépinières) et leur accompagnement, mais aussi **en emplois** (métropolitains supérieurs notamment), **en projets, en flux d'affaires et de financements, d'investissements publics, privés, dans l'entreprise, les infrastructures, le maintien et le développement des forces vives...**

L'ensemble doit être agrémenté d'**un site vitrine, en l'occurrence le Technopôle de la Mer, et d'un objectif partagé par les acteurs de la gouvernance, élus en tête.** « *Etre une technopole est une ambition pour une métropole moderne, un modèle d'aménagement et de développement conciliable avec les aspirations des citoyens en matière de développement durable, de services et de cadre de vie* ».

« *On ne peut pas faire de développement extérieur sans développement local, y compris bien sûr avec la Marine qui s'inscrit dans la durée... Parfois, il vaut mieux aider ce qui existe que de vouloir tout réinventer* »

Points de vue

« Il y a aussi une initiative qui marche et qui a provoqué les changements souhaités : la Communauté d'agglomération Toulon Provence Méditerranée. N'oublions pas également le rôle de la Marine »

Christiane Hummel, sénateur-maire de La Valette, vice-présidente de Toulon Provence Méditerranée

« Toutes les conditions de réussite et de mobilisation réelle semblent réunies, mais a-t-on entre les différents échelons les articulations nécessaires pour tirer les territoires vers le haut ? Il y a là, peut-être, des marges de progrès »

Daniel Droz-Vincent, directeur de l'AU[dat]

« Il est important de disposer de compétences en ingénierie, en formation et en recherche. D'autant que celles en technologies marines sont souvent transposables »

Marie Marchandise, chargée des politiques contractuelles au Conseil général du Var

« Un technopôle de la mer n'empêche pas d'évoluer ailleurs, dans le multimédia, l'horticulture... Le développement technologique n'est pas un modèle unique »

Michel Gueirard, président du SPL Horticole Méditerranée



Antoine Viallet, directeur associé d'Astime Méditerranée, a dressé un portrait sans concession de l'état (encore) inexistant de l'offre tertiaire dans l'aire toulonnaise, tout en présentant habilement les raisons d'espérer, y compris dans la stratégie et l'ingénierie publique du territoire.

Un nouvel âge tertiaire dans l'aire toulonnaise ?

Il est du retard...

Pour Antoine Viallet, Toulon peut potentiellement devenir une ville tertiaire. Mais elle va devoir le vouloir vraiment, au vu des retards accumulés au fil des années. Les chiffres parlent d'eux-mêmes :

« Le marché toulonnais représente en moyenne environ 10 000 m² de bureaux placés par an avec des pointes à 15 000 m² les bonnes années. A Sophia Antipolis, la fourchette se situe plutôt entre 50 000 m² et 70 000 m². Quant à la transaction de base, elle avoisine 80 m² à Toulon, 150 m² à Nice, 220 m² à Aix ». L'offre, de plus, s'y avère faible.

« La demande émane surtout de PME pour des surfaces de 80 à 500 m². Au-delà, les grandes sociétés ne nous contactent pas »

Pour le directeur associé d'Astime Méditerranée, cette situation s'explique autant par des raisons historiques, « Toulon n'ayant jamais été trop soumise à la concurrence et n'étant pas une ville universitaire, au contraire, par exemple, de Montpellier », que par des « rendez-vous manqués », à l'occasion de la réindustrialisation post chantiers navals, entre autres... Seules exceptions, le parc Valgora à La

Valette, dont l'émergence remonte à une quinzaine d'années, et l'Espace Noral, à La Seyne-sur-Mer, plus récemment.



Ce qui est bien peu quand Aix-en-Provence, sur la zone d'activités des Milles, l'Europôle de l'Arbois, le parc de la Duranne, ou Sophia-Antipolis accumulent les constructions attractives. D'autant que ces données se cumulent à une volonté qui reste à consolider de se positionner sur ce secteur et à la construction d'un véritable marketing territorial. « Il existe de nombreux salons internationaux sur l'immobilier d'entreprises, à commencer par le MIPIM, à Cannes, pourtant tout proche, et Toulon n'y est jamais venu jusqu'à présent » a-t-il regretté. Enfin, chaque fois que des surfaces de bureaux entrent sur le marché, les collectivités territoriales ont tendance à s'en emparer plus rapidement que les entreprises privées.

... qui peut faire prendre de l'avance

Pourtant, Antoine Viallet fait de ces retards « une force » pour l'agglomération. « Dans les années qui viennent, **la capacité à mettre sur le marché une nouvelle génération d'immeubles HQE sera décisive** ». Une manière habile et très diplomatique de souligner que, puisqu'il n'y a rien ou presque à ce jour en immobilier tertiaire, tout reste à construire dans cette optique environnementale, d'autant qu'une offre foncière apparaît sur l'ensemble du territoire : à l'est, avec Hyères Le Roubaud, dans le centre-ville de Toulon, et à l'ouest, sur Ollioules La Cagnarde et La Baou des Puits à Sanary-sur-Mer.

Pour réussir le pari, il faudrait selon lui préalablement remplir certaines conditions : afficher un projet cohérent et lisible, reflétant une vision du territoire à cinq ou dix ans, s'attacher à maîtriser les espaces fonciers disponibles, s'assurer de leur desserte, valoriser le potentiel local en matière de formation et de main d'œuvre et mettre en œuvre une politique de prospection efficace et coordonnée.

« Sans investisseurs, rappelle-t-il, pas de programmes. Sans programmes, pas d'entreprises. Sans entreprises, pas d'emplois ! ».



Responsabilité publique

Pour lui, la puissance publique doit pleinement assumer cette responsabilité. « **En utilisant l'outil des ZAC, les politiques restent seuls maîtres du devenir qu'ils souhaitent et envisagent pour leur territoire, alors que des investisseurs privés se préoccupent avant tout des objectifs de rentabilité de leur foncier. Les élus peuvent aussi prévoir les logements, les infrastructures, les services... nécessaires à l'expansion des zones concernées. Aujourd'hui, face à un grand nombre d'options, un investisseur ne vient que s'il a une lisibilité du territoire dans la durée** ». Il a appelé aussi les élus locaux à s'impliquer plus activement, « comme Raymond Barre à Lyon ou Alain Juppé à Bordeaux l'ont fait pour leur ville ». Car les atouts existent, comme la proximité de la mer, les facilités d'accès portuaire, aéroportuaire, routières... et même les complémentarités à jouer avec Marseille.

Points de vue

« Il s'agit d'un constat du passé plutôt que de l'avenir tel qu'il se prépare, avec la vision globale de l'Agglomération. Or, nous sommes depuis deux ans dans une phase opérationnelle d'ouverture de la mer vers une base technopolitaine et métropolitaine »

Jean-Paul Arnaud, directeur général des services de Toulon Provence Méditerranée

« Il y a bien plus que des « trucs » en cours de développement, avec notamment 4 projets à Hyères, ceux autour de la gare de la Seyne, à Ollioules avec la vitrine terrestre du Pôle Mer, les opérations au centre-ville de Toulon... »

Jean-Alain Videau, directeur du développement économique de Toulon Provence Méditerranée

« Les grands programmes immobiliers sont basés sur du développement endogène, à 70% voire 80%, comme à Marseille avec Euroméditerranée par exemple. C'est très important »

Patrick Tanguy, responsable du développement économique à l'agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise

« On ne peut pas dissocier le développement de la question du logement des actifs, d'autant que le Grenelle de l'environnement va renforcer encore la densité. Cela oblige les élus à réguler et organiser le marché et les collectivités à maîtriser le foncier »

Jean-Charles Celhaiguibel, directeur régional du Groupe Carrère, trésorier de la Fédération des Promoteurs Constructeurs de Provence

« Faute d'offre, le m² n'est pas assez compétitif, par rapport à Sophia notamment, mais Toulon a beaucoup d'atouts pour avancer, à son rythme. Cela étant, en termes d'image, il n'y a rien de pire que des m² vides et sans preneur... »

Antoine Viallet, directeur associé d'Astime Méditerranée, en réponse aux regards

Epilogue : penser local, agir global, ça marche aussi...



« Les territoires qui gagnent sont ceux qui savent exprimer un projet de développement clair, s'organiser pour le mettre en œuvre dans la durée et mobiliser le partenariat inhérent aux grandes réalisations collectives.

Bâti sur nos spécificités locales, le Grand Projet Rade est une réponse globale grâce à ses composantes économiques, urbaines et environnementales ».

Daniel Droz-Vincent, directeur de l'AU[dat] et « Monsieur loyal » de l'Atelier.

Projet Métropolitain de l'aire toulonnaise

Une démarche de projet ambitieuse

initiée par Toulon Provence Méditerranée

Démarche portée par les collectivités de l'aire toulonnaise et animée par l'AU[dat], pour accroître le rayonnement de la métropole toulonnaise et la hisser dans la concurrence des grands territoires urbains de l'arc méditerranéen.

projets

Grand Projet Rade

Construire un projet urbain et économique d'envergure pour la Rade de Toulon et ses sites à enjeux : le Pôle Ouest, l'«Axe des gares» à Toulon.

Développement de l'enseignement supérieur

Projeter l'évolution de l'offre d'enseignement supérieur.

perspectives

10 opérations proposées au CIACT

projets

Déplacements métropolitains et déplacements intercités

Faire émerger un système de transports collectifs performant à l'échelle de l'aire toulonnaise et en lien avec les autres grandes villes voisines.

exploratoires perspectives

Prospective économique

Identifier les moteurs de création de richesse dans la métropole et projeter son devenir économique.

Image et identité de l'aire toulonnaise

Identifier les grands vecteurs d'image (tourisme, sport, culture, économie...) qui contribuent à l'attractivité de l'aire toulonnaise. Aller vers une identité métropolitaine.

exploratoires

Rayonnement culturel

Elaborer une stratégie partagée pour le développement culturel du territoire à l'échelle de l'aire toulonnaise.

Accompagnement territorial du Pôle Mer PACA et des filières dites technopolitaines

Assister les acteurs locaux dans la définition et la mise en œuvre du Projet Technopôle de la Mer.

pôle ouest