

SCHEMA OPERATIONNEL DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DU PAYS CŒUR D'HERAULT

PHASE 2

ELABORATION DE LA STRATEGIE

**Compte rendu de
l'atelier n°4
du 5 avril 2007**

ATELIER 4

Les facteurs favorables au développement et à l'implantation des entreprises

► Liste des participants

- Jean Marcel JOVER – Maire de Gignac – CC Vallée de l'Hérault
- Michel Roquain, CC Vallée de l'Hérault
- Jérôme CASSEVILLE – Maison de l'emploi
- Françoise PASQUIER – Maison des entreprises
- Thierry REBUFFAT – Pays Cœur d'Hérault
- Gwénola de MINIAC - PLC DEMETER

Présentation générale

► LES OBJECTIFS DE L'ATELIER :

- Préciser les liens entre les entreprises et le territoire
- Présenter les éléments de l'offre territoriale du Cœur d'Hérault correspondants à ces liens
 - Eléments de diagnostic :
 - TRANSPORT / TELECOM
 - FORMATION / EDUCATION
 - LOGEMENT
 - PAYSAGE (identité, cadre de vie) / ENVIRONNEMENT (Déchets, énergie, ...)
 - SANTE
 - CULTURE / LOISIRS
- Définir les lignes d'action

► LE DEROULEMENT DE L'ATELIER :

- Rappel rapide des éléments de diagnostic et des enjeux soulevés
- Tours de table sur ces différents aspects



LES LIENS ENTREPRISES ET TERRITOIRES

- ▶ **On connaît les principaux facteurs de localisation :**
 - les facteurs "objectifs" (main d'œuvre, infrastructures, fiscalité, etc.)
 - les facteurs "subjectifs" (l'image, la notoriété, etc.).
- ▶ **Une enquête réalisée pour le CNER sur les relations entreprises / territoires avant implantation réalisée en 2001 met en exergue les facteurs liés au « lien antérieur ».**
 - **80 % des entreprises ont un « lien »** avec le territoire avant leur implantation et dans 50 % des cas ils ont été déterminants :
 - 19 % famille / amis
 - 19 % vacances, résidences, loisirs, sports, manifestations, patrimoine
 - 18 % clients
 - 17% actionnaires
 - 12 % « autres » : connaissance des entreprises du territoire (21%), déplacements, agence de développement, activité antérieure, rachat, ...
 - 10 % fournisseurs ou prestataires de services
 - 5 % R&D

* 100 entreprises ont répondu (créations pures par une personne extérieure, extensions d'activités d'entreprises extérieures, re-localisations d'activités, totales ou partielles)

LES LIENS ENTREPRISES ET TERRITOIRES

► Une autre enquête réalisée pour le CNER sur l'offre de services en ZA réalisée en 2002 met en exergue l'importance des services :

- 91 prestations de services ont été hiérarchisées par les dirigeants d'entreprises :

Les prestations les plus demandées :

- **Environnement et le cadre de l'entreprise** : Déchets, espaces verts, nettoyage des parties communes ou privatives
- **La sécurité** (gardiennage, éclairage nocturne, incendie (conseil, simulation), vidéosurveillance,
- **L'assistance et l'information lié aux aides publiques et au montage de projets**
- **Des services** : RIE (restaurant inter-entreprise) , La Poste, guichet bancaire, crèche, station essence, ...
- **Transport et déplacement** : tout ce qui rapproche la ZA de la ville (distance-temps) prend une importance considérable : liaison Gare TGV /aéroport, cadencement ville-centre,
- **Recrutement et logement de la main d'œuvre** : services recrutement, services logement, ingénierie de la formation... Pas moins de 30% des chefs d'entreprises leur accordent une importance supérieure à 14/20

En queue de peloton on retrouve : Information et réservation de spectacles, service d'information / loisirs, locaux inter comités d'entreprises, salles de loisirs, services de spectacles , veille technologique, concurrentielle, veille juridique, ...

* 419 entreprises, tous secteurs d'activités représentés, ont été interrogées.

▶ **SYNTHESE :**

- **Les entreprises françaises attendent sur les ZA bien plus que ce qu'on leur offre : Terrain et VRD ne suffisent plus.**
- Une ZA attractive et performance, c'est une **panoplie de services** disponibles :
 - **aux entreprises : environnement, sécurité, maintenance, entretien, Assistance, montage et ingénierie publique des projets** : les entreprises veulent du conseil sur place. formation, NTIC, Réseaux d'affaires, R&D
 - **aux salariés en dehors de leur poste de travail stricto sensu** (le salarié est un habitant, un consommateur, un conducteur automobile, un "parent", un client bancaire, etc.).
- On pourrait ajouter à cela le "tir groupé" accordé par 50% des chefs d'entreprise à tout ce qui **rapproche la ZA de la ville** en termes de liaisons et de transport.



- ▶ La performance des entreprises et le rôle du territoire dans cette performance dépasse largement la seule question des prestations de service.
- ▶ La fin de l'enquête a consisté à faire hiérarchiser par les chefs d'entreprises les facteurs (ou clés) suivants
 - en tant que facteurs de performance de leurs entreprises (développement endogène).
 - en tant que facteurs d'attractivité, s'ils avaient à choisir une localisation (développement exogène).
 - Ce sont les mêmes :

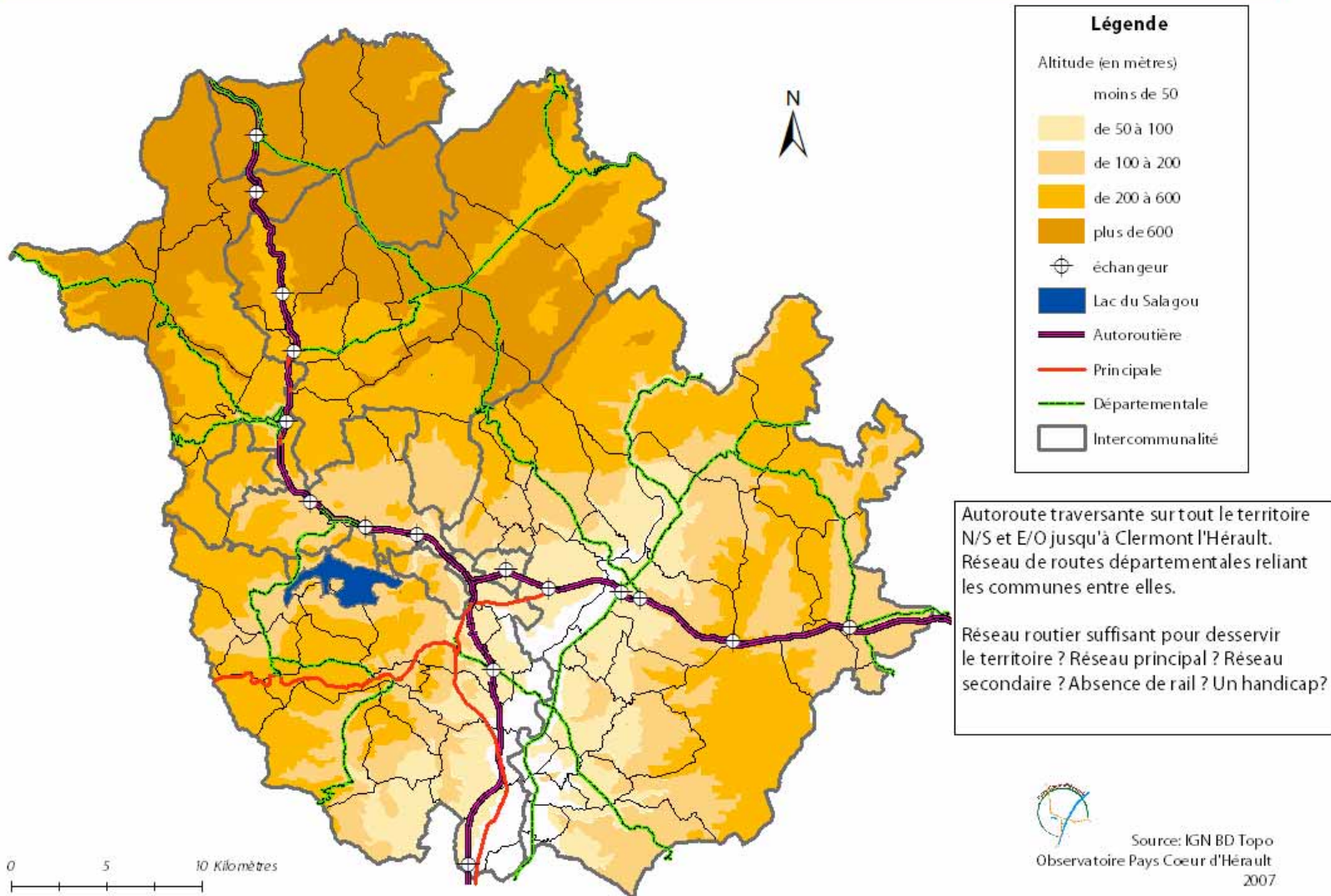
	Facteurs FENETRES
1	La formation (actualisation des compétences, savoirs-faire, formation continue, disponibilités en main d'œuvre qualifiée...) et les enjeux de main d'œuvre .
2	La présence sur le territoire d'entreprises leaders dans votre secteur d'activités
3	Un réseau performant de NTIC , accompagné de services et formations
4	La diversité et la densité du tissu de PME/PMI (partenariats d'affaires, sous-traitance, co-traitance, etc.)
5	Le potentiel en technologies et R&D (réseaux de chercheurs, communauté scientifique, transferts de technologie, laboratoires publics et privés...)
6	L'intégration locale dans des réseaux d'affaires dynamiques et actifs (clubs de chefs d'entreprises)
7	Les manifestations, événements professionnels et occasions de rencontres (type congrès, foires internationales, salons, colloques...), qui accroissent le nombre de professionnels (dont chefs d'entreprises) visitant le territoire.
8	La richesse et la diversité des services privés et publics, aux entreprises et « à la personne » et, sous jacente, la capacité des acteurs locaux à travailler ensemble au service des entreprises.



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● TRANSPORT

Les principaux équipements d'infrastructures du territoire Pays Coeur d'Hérault

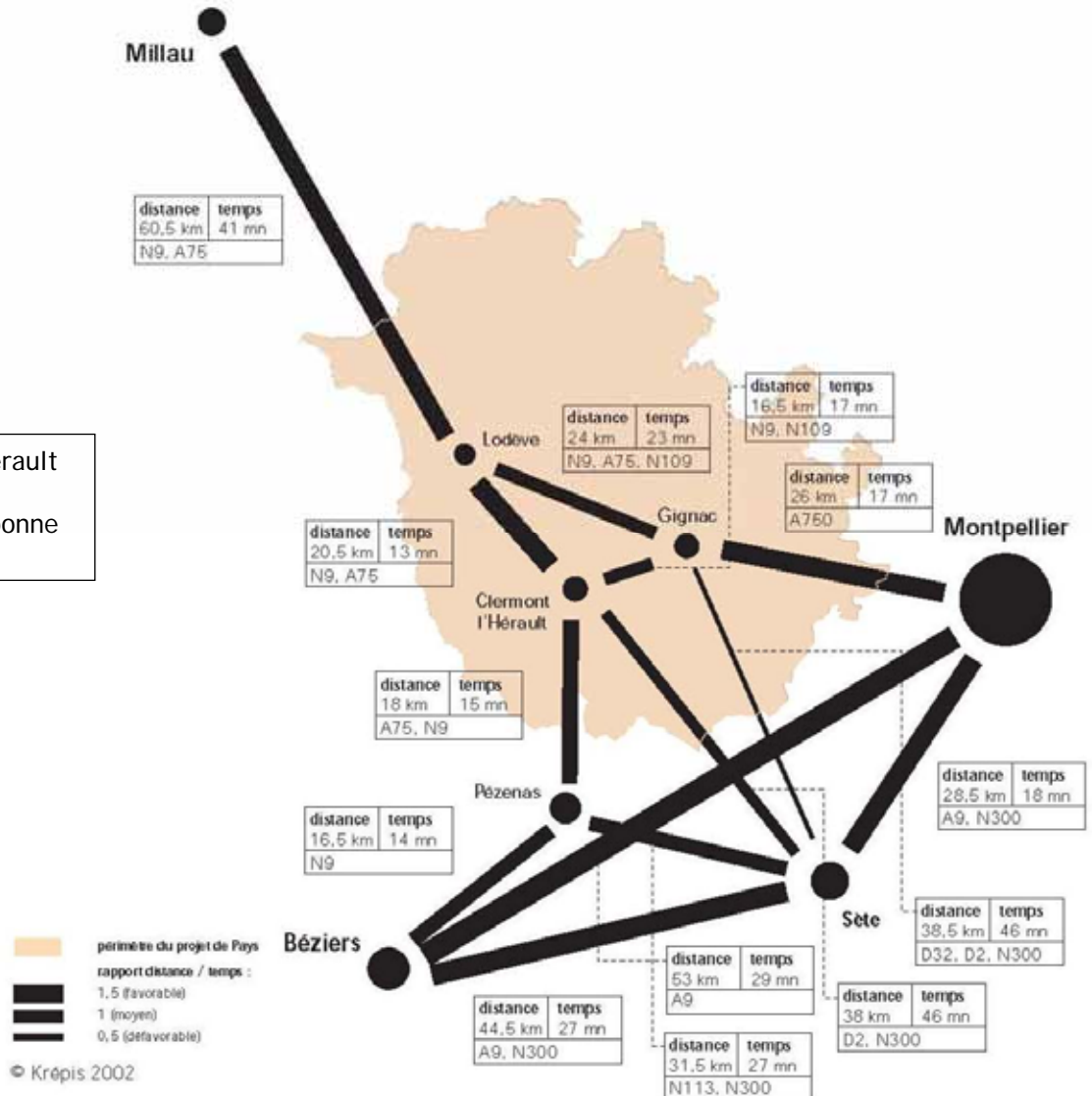


ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● ACCESSIBILITE

1d. Accessibilité et dessertes

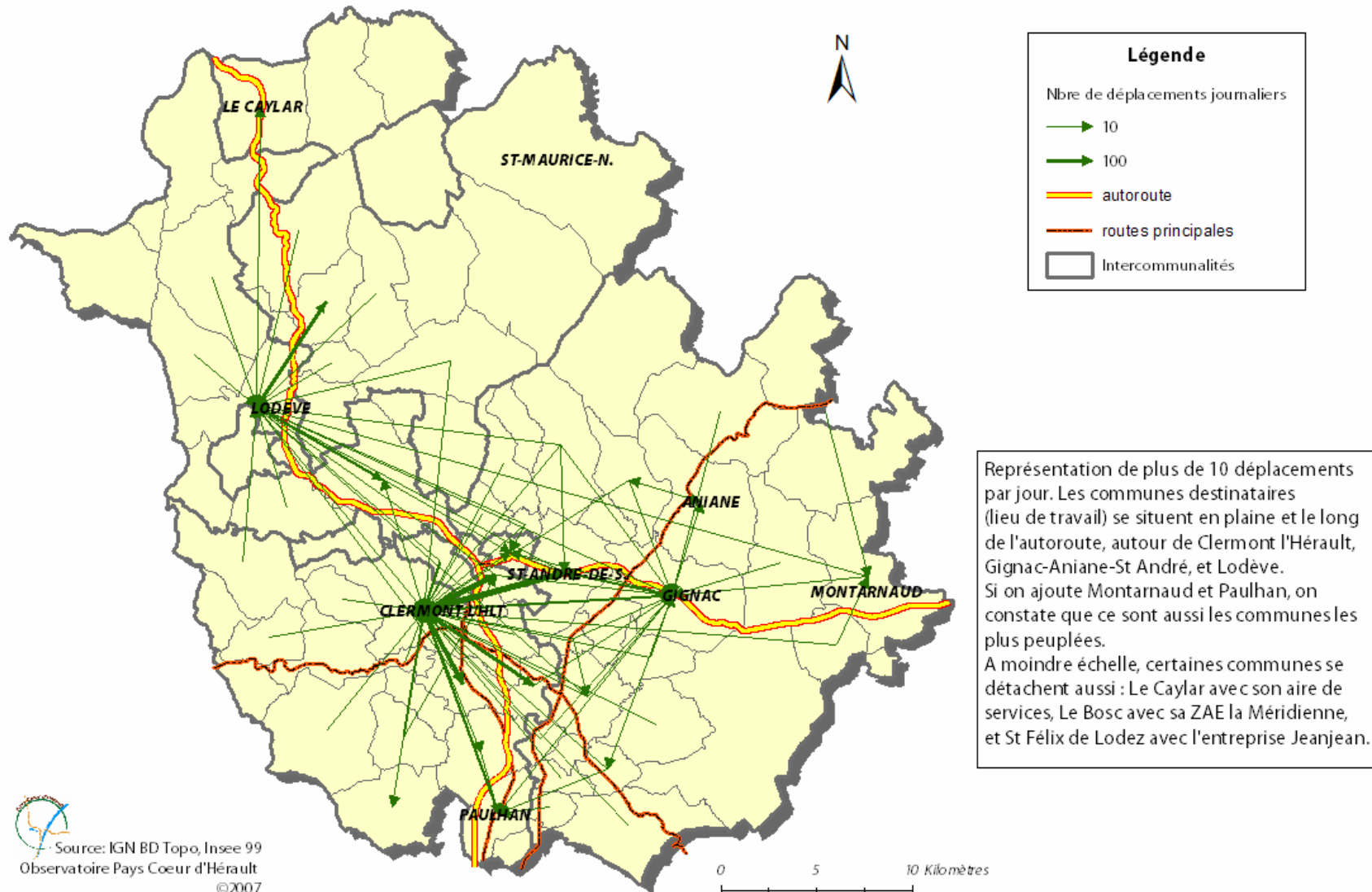
Le territoire du Pays Cœur d'Hérault bénéficie d'une bonne situation géographique ainsi que d'une bonne accessibilité.



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● DEPLACEMENTS – Migrations pendulaires

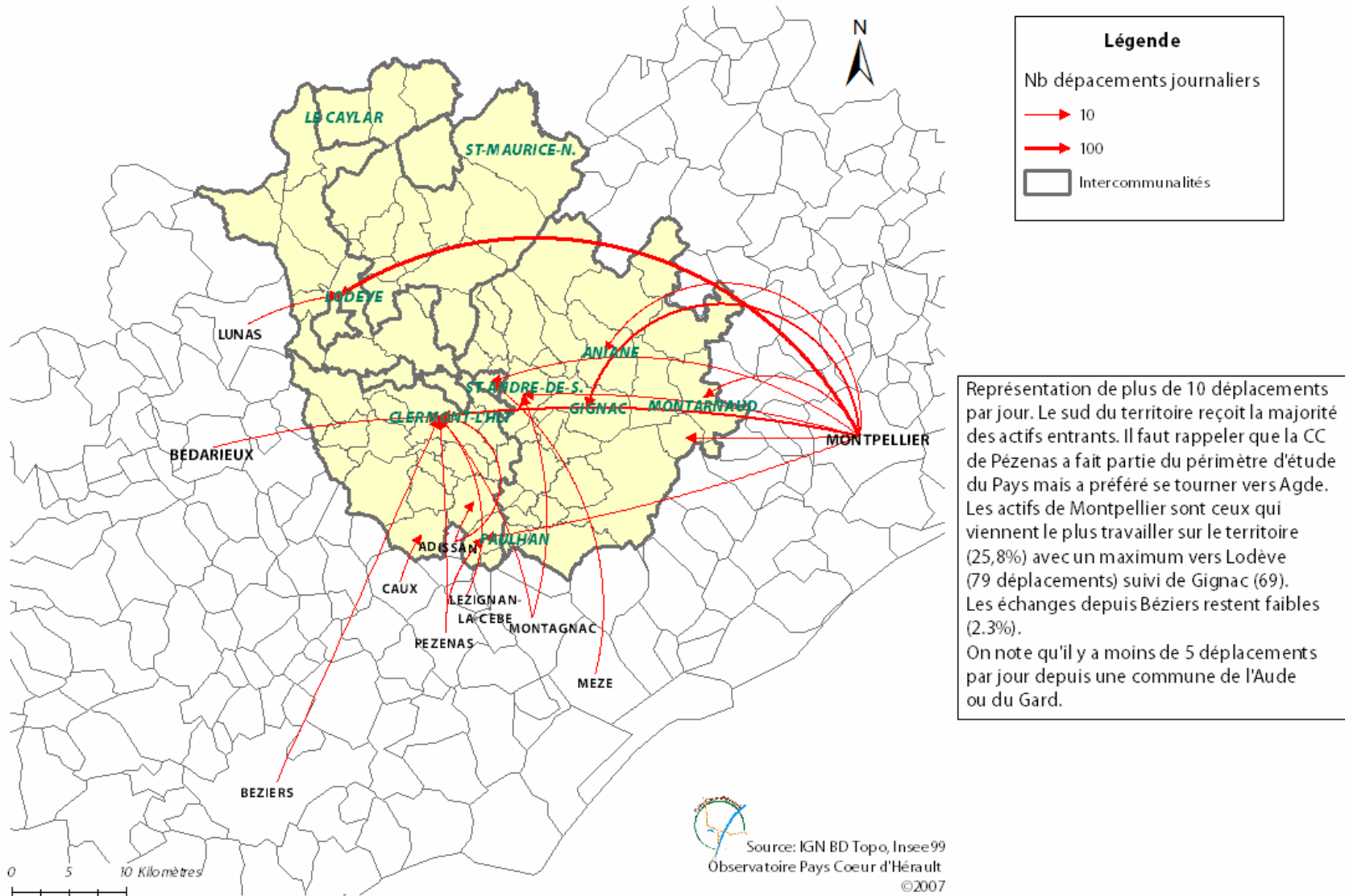
Nombre de déplacements journaliers domicile/travail en 1999 à l'intérieur du Pays Coeur d'Hérault



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● DEPLACEMENTS – Migrations pendulaires

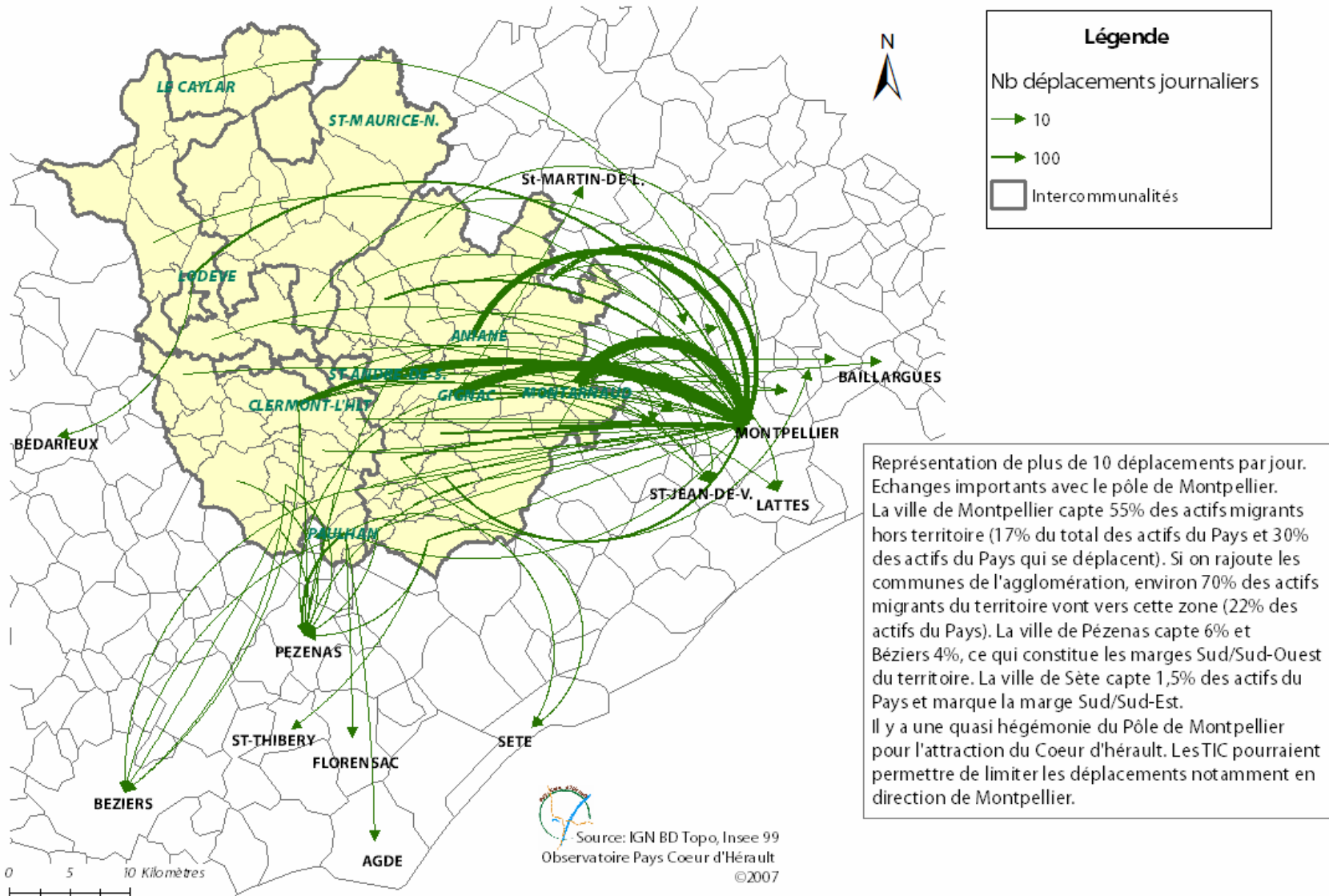
Nombre de déplacements journaliers domicile/travail en 1999 entrant sur le Pays Coeur d'Hérault



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● DEPLACEMENTS – Migrations pendulaires

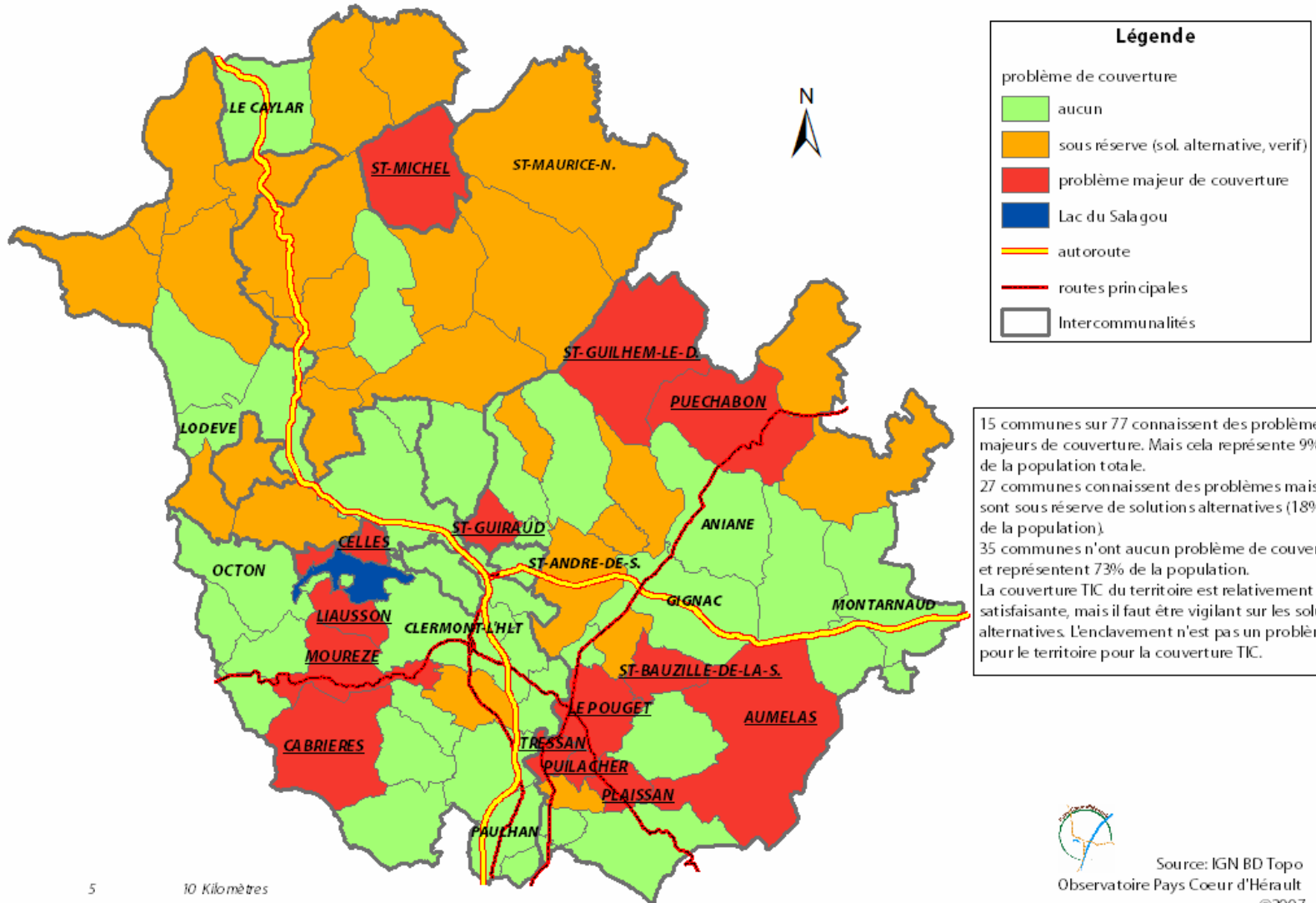
Nombre de déplacements journaliers domicile/travail en 1999 sortant du Pays Coeur d'Hérault



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● TELECOMMUNICATION

La couverture TIC des communes du Pays Coeur d'Hérault - Enquête du schéma des TIC



15 communes sur 77 connaissent des problèmes majeurs de couverture. Mais cela représente 9% de la population totale.

27 communes connaissent des problèmes mais sont sous réserve de solutions alternatives (18% de la population).

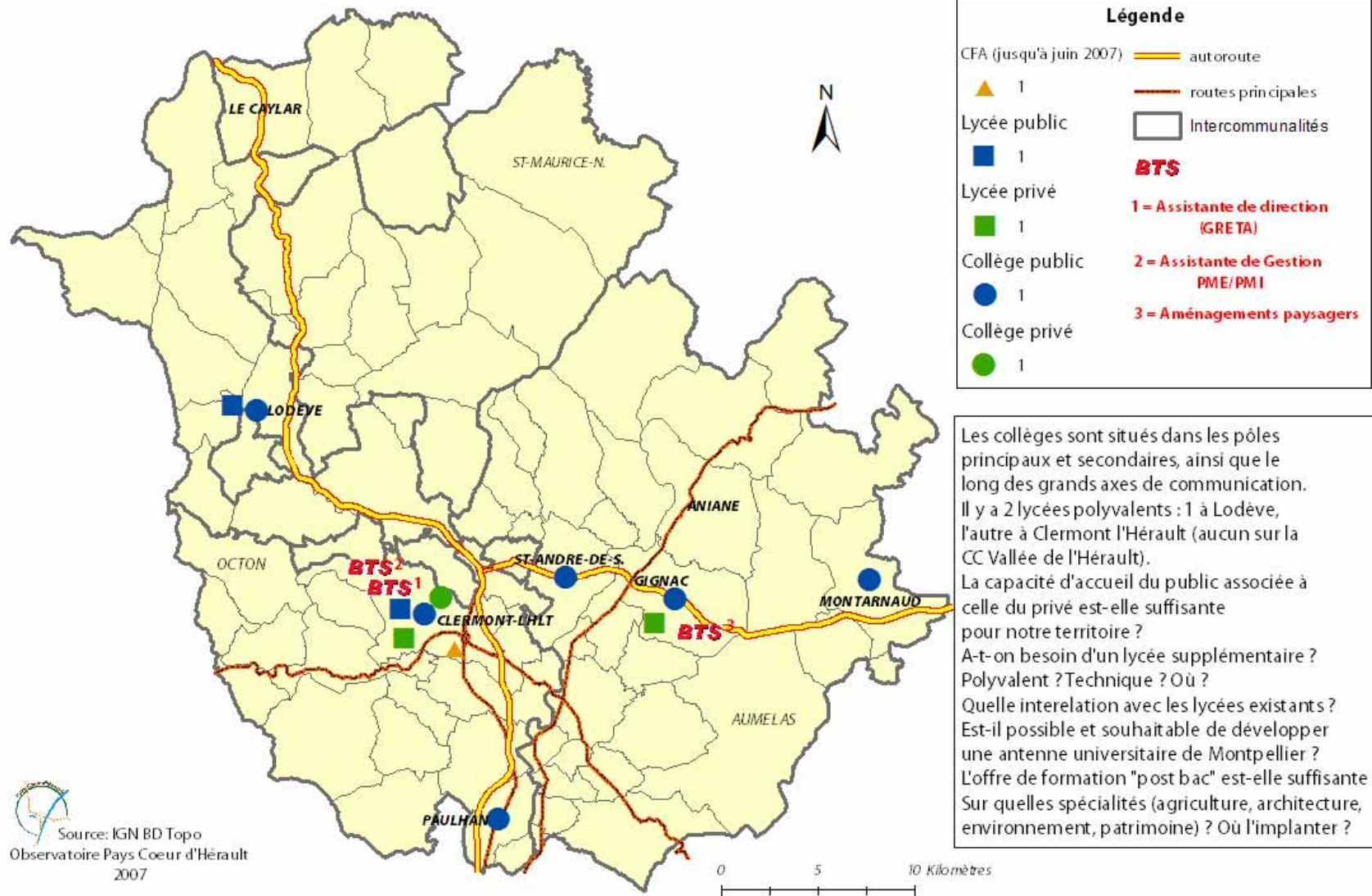
35 communes n'ont aucun problème de couverture et représentent 73% de la population.

La couverture TIC du territoire est relativement satisfaisante, mais il faut être vigilant sur les solutions alternatives. L'enclavement n'est pas un problème pour le territoire pour la couverture TIC.

ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● FORMATION / EDUCATION

Localisation des collèges et lycées publics/privés et des formations Bac+2 en Pays Coeur d'Hérault



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

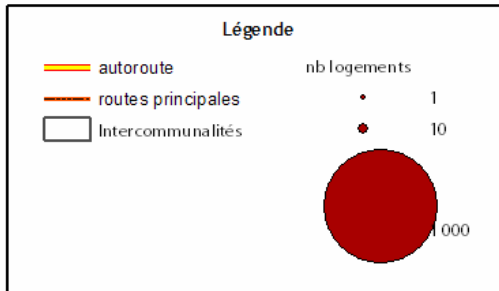
● LOGEMENT

Les 2 CC du Sud du territoire concentrent la majeure partie des effectifs des logements autorisés. Ce sont aussi celles qui possèdent 80% de la population.

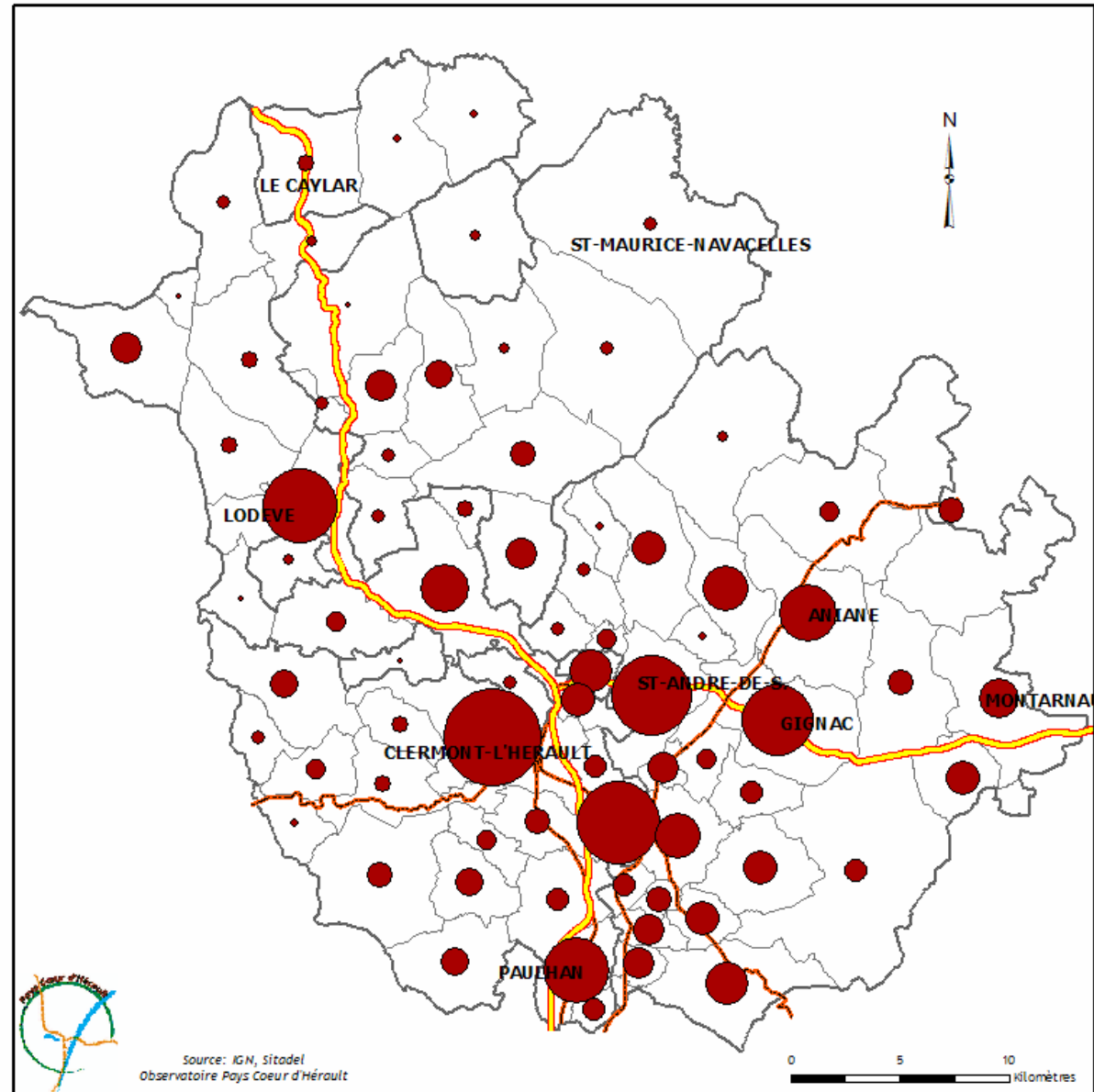
Pour la CC du Lodévois, on note que hormis Lodève, 4 communes voient leur parc immobilier s'agrandir : Le Bosc, St Jean de la Blaquière, Soubès et St Etienne de Gourgas. Cela est dû à leur situation topographique et leur bonne accessibilité, ce qui favorise un accueil de population et donc une croissance du nombre de logements autorisés. La question est alors pour combien de temps ?

Il y a plus de place disponible dans le sud du territoire pour construire des logements (plus de 500 ha de zones constructibles disponibles).

Les problèmes de capacité de population, de rythme de croissance, de prix du foncier ne sont pas identiques au Nord du territoire (CC du Lodévois et Lodévois Larzac) et au Sud (CC de la Vallée de l'Hérault et du Clermontais).



Nombre de logements autorisés entre 1999 et 2005 en Pays Coeur d'Hérault

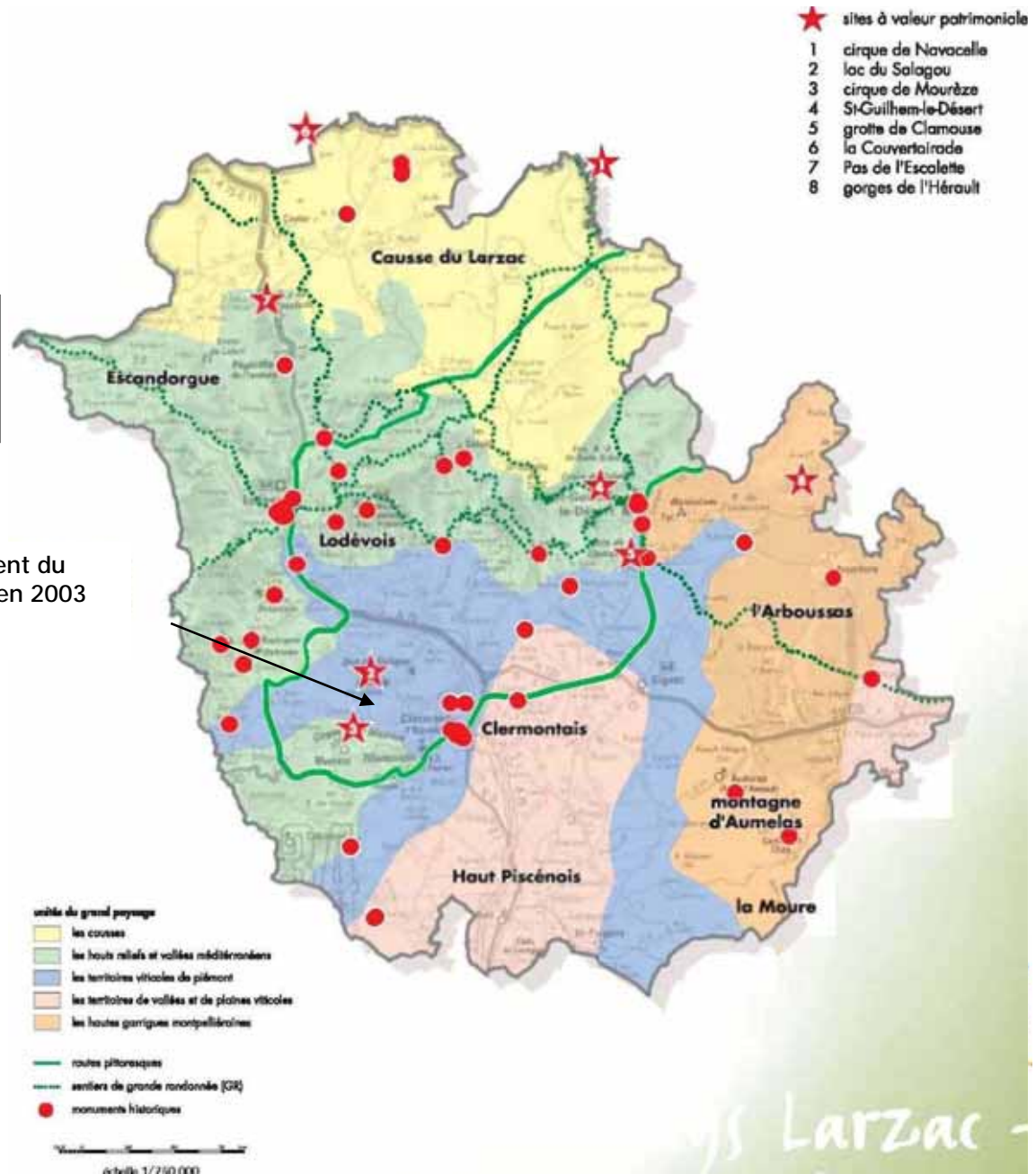


ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● ENVIRONNEMENT

Richesse et diversité sur le territoire au niveau des paysages et des ressources patrimoniales
La réflexion se situe plus sur les zones interstitielles.
Que fait-on dans les zones intermédiaires?

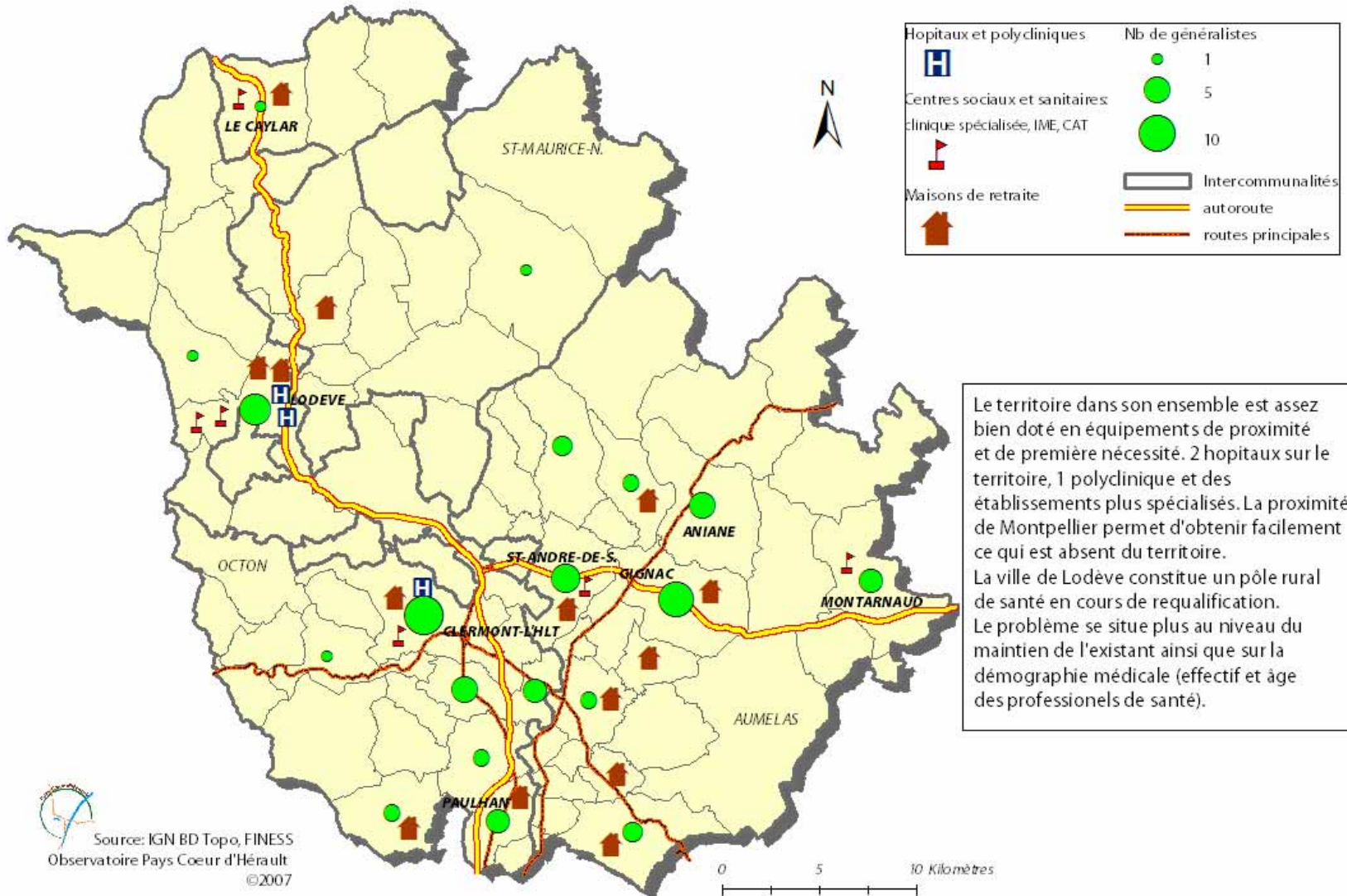
Classement du Salagou en 2003



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● SANTE

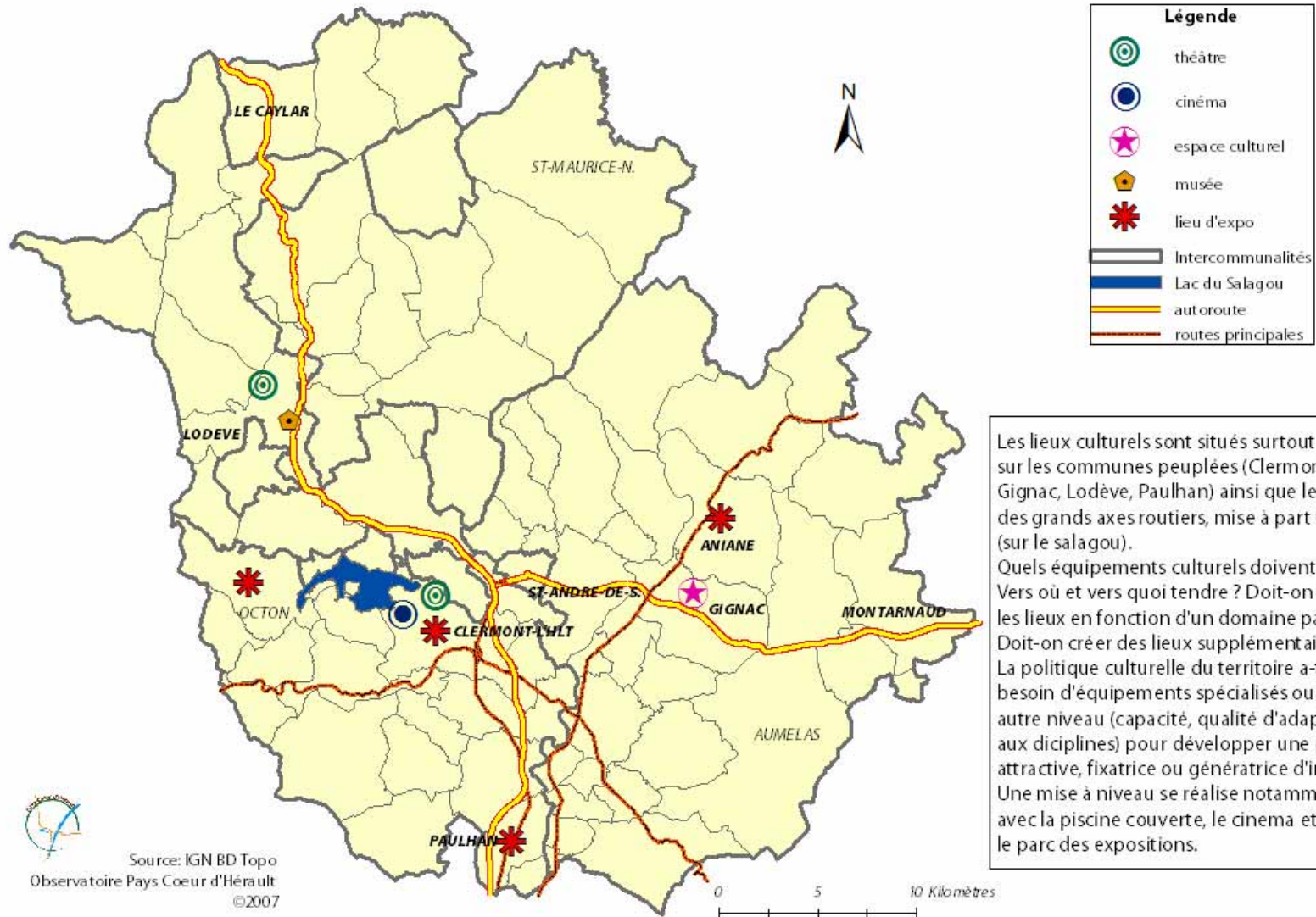
Localisation des établissements de santé et médecins généralistes en Pays Coeur d'Hérault



ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

● CULTURE / LOISIRS

Localisation des lieux culturels en Pays Coeur d'Hérault



Source: IGN BD Topo
Observatoire Pays Coeur d'Hérault
©2007

DEBAT

- **TRANSPORT / TELECOMMUNICATION**
- **FORMATION / EDUCATION**
- **LOGEMENT**
- **PAYSAGE / ENVIRONNEMENT**
- **SANTE**
- **CULTURE / LOISIRS**

1. **Y a-t-il d'autres éléments connexes à prendre en compte?**
2. **Quels sont ceux qui sont connexes mais de première importance, et ceux qui sont connexes mais moins important (tout en étant important)?**
3. **Pour chaque élément, la situation est-elle satisfaisante ou non?**
4. **Si non, que faire pour améliorer la situation?**



DEBAT

► Plusieurs éléments sont ressortis des discussions :

- Un enjeu majeur : la création d'emploi (400 par an) et donc des zones d'accueil (entre 7ha/an et 12 ha/an)
- Les enquêtes menées par la Maison des Entreprises auprès des entreprises du territoire pointent des besoins de recrutement de personnel technique d'encadrement.
=> Installer des filières de formation post-bac sur le territoire (type IUT/BTS) sur la base d'une étude auprès des besoins des entreprises
- Articuler ZAE-Habitat-Transport (Etude multipolaire, logique de SCOT) : limiter les déplacements / favoriser les liens : réaliser des zones d'activités à proximité des lieux d'habitation (et des futurs lieux d'habitation), et prévoir des services de transport. Enjeu majeur quant au développement exogène.
- Donner la priorité à l'accueil d'entreprises exogènes : nécessité d'avoir des zones d'activités emblématiques qui soient structurantes et attractives qui servent « d'appas ».
- Nécessité d'avoir les services publics indispensables : une antenne consulaire, l'ANPE, des services aux salariés (crèches, cantines, transports en commun...)
- **Les déchets** des entreprises : quel degré de satisfaction ? Quelle offre de collecte / dépose ? Quelle solution de gestion ?
- **Adopter une stratégie de fiscalité harmonisée**
- **Forger une identité territoriale**
- Un service d'accueil et d'accompagnement qui soit optimal pour les entreprises exogènes ; un interlocuteur unique, un guide (évoqué à l'atelier n°1).



- ▶ Qui ont permis d'aboutir à une hiérarchie des leviers d'action :

PRIORITAIRE	INTERMEDIAIRE	SECONDAIRE
FORMATION	IDENTITE DU TERRITOIRE	SANTE
TRANSPORT	LOGEMENT (capacité d'accueil)	CULTURE / LOISIRS
CONNEXION HAUT-DEBIT	ENVIRONNEMENT ET PAYSAGE DU PAYS	
L'ENVIRONNEMENT IMMEDIAT DES ZONES D'ACTIVITES		



DEBAT

► Le positionnement du territoire

LEVIERS D'ACTION	LE POSITIONNEMENT DU PAYS CŒUR D'HERAULT	PRIORITE D'ACTION
FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> - Offre éducative collège / lycée correct - Déficit de formation post-bac 	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître l'offre de formation post-bac - Créer des formations post-bac courtes type BTS/IUT qui correspondent aux besoins des entreprises
TRANSPORT	<ul style="list-style-type: none"> - Territoire très bien desservi par les axes principaux (A75/A750) <ul style="list-style-type: none"> - Des « points noirs » sur les routes secondaires, notamment d'Aniane à Paulhan (autour de Clermont et Gignac) - Des dessertes en transport en commun à améliorer 	<ul style="list-style-type: none"> - Echangeur Clermont l'Hérault Nord ? - Desservir des ZAE emblématiques par les transports en commun <ul style="list-style-type: none"> - Veiller à bien répartir l'offre éducative pour limiter les temps de déplacements des élèves - Faire un schéma du réseau routier secondaire (voir programme 2011 du CG34)
CONNECTION HAUT-DEBIT	<ul style="list-style-type: none"> - Territoire plutôt bien desservi / schéma directeur fait, étude ou travaux réseau en cours par les CC 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensionner l'offre future des ZAE en Haut-Débit en fonction de la cible de prospection exogène



DEBAT

► Le positionnement du territoire (suite)

LEVIERS D'ACTION	LE POSITIONNEMENT DU PAYS CŒUR D'HERAULT	PRIORITE D'ACTION
L'ENVIRONNEMENT DES ZONES D'ACTIVITES	- Des ZAE faiblement remarquables et identifiables	- Réaliser des ZAE emblématiques de haute qualité paysagère et de services et de taille (charte qualité ZAE de pays) - Améliorer l'identité des ZAE existantes
IDENTITE DU TERRITOIRE	Pas de promotion et de reconnaissance	Un des arguments majeur de prospection à renforcer (signalétique commune)
LOGEMENT	Forte demande, prix important	Limiter la segmentation des espaces, veiller à une répartition rationnelle et à la bonne desserte des ZAE par une situation à proximité des logements
ENVIRONNEMENT ET PAYSAGE	Très bonne qualité	Un atout à promouvoir
CULTURE / LOISIRS	Plutôt assez riche	Un atout à ne pas oublier dans la promotion, mais pas d'action particulière directement liée au schéma économique
SANTE	Globalement satisfaisante	Un atout à ne pas oublier dans la promotion, mais pas d'action particulière directement liée au schéma économique





Annexes

ELEMENTS DE DIAGNOSTIC

- ▶ **MONTPELLIER AGGLOMERATION : bilan 2006 et perspectives 2007**
- ▶ **Bilan 2006** : Enquête Sofres place l'Agglomération au 3e rang des agglomérations les plus attractives, devant Nantes, Grenoble, Marseille, Nice et Bordeaux. 77 % des cadres et chefs d'entreprise sondés souhaiteraient venir y travailler.
- ▶ **2007 : Les principales orientations stratégiques**
 - **Accompagnement de l'innovation et être présent sur la scène internationale, rendre le territoire innovant, être terre d'accueil des entreprises et des investisseurs, contribuer à créer les conditions favorables de l'emploi, favoriser l'esprit d'entreprise, accroître la compétitivité du territoire.**
 - **Offrir une réponse sur-mesure aux entreprises : Devenir un guichet unique pour l'implantation des entreprises grâce à un foncier communautaire dédié et un immobilier communautaire et privé dédié :**
hôtel d'entreprises international Eurêka (26 ha), Garosud (25 ha), Marcel-Dassault (26 ha) ; Via Domitia (76 ha), biopôle au coeur du Parc Euromédecine, offre immobilière dédiée aux biotechs/ biopharma/ dispositifs médicaux incubateur international, MIBI (Montpellier International Business Incubator). Un pôle de services aux salariés du parc d'activités Eurêka (programmes immobiliers avec crèches, conciergerie, résidence hôtelière,...).
 - **5 FILIÈRES STRATÉGIQUES : Biotech/biopharma; Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), Agronomie, Environnement et énergies renouvelables, Artisanat. Pour chaque filière : veille stratégique, implantation, accompagnement, actions collectives, prospection.**



Compléments - Enquêtes CNER

Services aux salariés : la partie émergente

KPMG-CNER Services ZA - 13

Pour les dirigeants l'environnement de travail des salariés est une exigence de plus en plus forte

Prestation de service	% notes > 14/20	Rang
RIE	64%	6
Bureau de poste	63%	7
Liaison gare rapide	53%	14
Atelier automobiles - Station essence	50%	16-17
Cadencement centre ville	49%	18
Liste logements disponibles	49%	21
Navette aéroport / gare TGV	48%	22
Guichet bancaire	48%	23
Traiteur	47%	26
Crèche interne ZA, halte garderie	45%	32

- Prestations pas seulement liées au poste de travail stricto sensu
- Salarié = habitant, parent d'élève, client bancaire, consommateur, automobiliste, etc.

Secteur public

Segmentation par secteur d'activité

KPMG-CNER Services ZA

Secteur d'activité	IE moy	Demandes particulières
Tertiaire supérieur	7%	++ : déplacements ++ : Salons de réception
Logistique transports	9%	++ : Station essence, garage ++ : Locaux (vidéo-surveillance, nettoyage, maintenance)
Biotechnologie -santé	15%	<u>2X ++ / moyenne</u> : crèches internes, RIE, poste, transports + + : Image et environnement (DIS, DIB, espaces verts)
IAA	4%	++ : aides publiques (infos, montage projets dossiers) ++ : Crèches internes, garderies ++ : Collecte DIS
Plasturgie	14%	++ : Incendie, gardiennage, collecte DIS, nettoyage ++ : Crèche interne, logement ++ : Transport salariés faible

Prestation de service	% des notes > 14/20	rang
service logement minimum liste logements disponibles	49%	21
service aide au recrutement, présélection des candidats	48%	24
service formations usuelles des salariés (langues, bureautique, multimédia...)	47%	27
service échanges d'opportunités de recrutement et recherches de compétences spécifiques	44%	33
service recrutement : base de données communes de CV, offre d'emploi...	43%	37
service complet de "re-location" logement	40%	42
Journal trimestriel numérique (demandes et offres d'emploi internes à la ZA)	35%	55

