

SCHEMA OPERATIONNEL DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DU PAYS CŒUR D'HERAULT

PHASE 2

ELABORATION DE LA STRATEGIE ET DU PLAN D' ACTIONS

**Compte rendu
des ateliers 1,2 et 3
du 8 mars 2007**



PRÉSENTATION GÉNÉRALE

▶ LES OBJECTIFS DE CHAQUE ATELIER :

- **Préciser les enjeux stratégiques**
 - Exemple : répondre à la demande foncière des entreprises
- **Définir les lignes d'action**
 - Exemple : créer de nouvelles Zones d'activités, réhabiliter les anciennes...
- **Proposer des actions dans le champ d'intervention particulier du Pays et des autres acteurs, le cas échéant**
 - Exemple : proposition : charte d'aménagement « HQE » ; mise en œuvre : Pays

▶ LE DEROULEMENT DES ATELIERS :

- **Rappel rapide des éléments de diagnostic et des enjeux soulevés**
- **Tours de table sur ces différents aspects ... permettant de faire émerger des grands leviers d'action.**
- **Tours de table permettant de prioriser ces leviers d'action et de dégager des axes stratégiques**

RAPPEL DES THEMATIQUES DE CHACUN DES 3 ATELIERS

▶ ATELIER 1

- Fidéliser et accompagner le développement des entreprises du territoire

▶ ATELIER 2

- Attirer de nouvelles entreprises

▶ ATELIER 3

- Filières, réseaux d'entreprises, pôles de compétences :
Pays Cœur d'Hérault, un bassin de vie



Le rappel des éléments de diagnostic



▶ La démographie et les facteurs socio-économiques

- Une forte évolution démographique : plus de 85 000 habitants en 2015
- Une croissance attendue de la population active
- 50 % des actifs travaillent en dehors du Pays
 - ***Pour maintenir ce taux en 2015, il faut créer environ 4 000 nouveaux emplois nets sur le territoire, soit environ 500 par an***
- Une population peu formée (beaucoup de non-diplômés)
- Un chômage en baisse mais qui reste fort
 - Et une inadéquation entre l'offre et la demande d'emplois
- Un tissu de TPE : moins de 3 salariés (69 % n'ont aucun salarié)
 - En croissance

► L'analyse sectorielle

- Un secteur viticole encore fortement représenté mais en crise : baisse de la superficie, baisse du nombre d'exploitant, regroupement des coopératives, prime d'arrachage ...
- Un secteur industriel peu présent, quelques entreprises mais pas tissu de sous-traitance et 30 % d'IAA
- Un tissu artisanal très dense, surtout dans le bâtiment
- Le secteur des services en croissance :
 - Le commerce :
 - **30 % des effectifs du Pays & 25 % des établissements**
 - **24 % des établissements à Clermont l'Hérault**
 - Les services à la personne :
 - **Un secteur fort surtt dans l'action sociale, éducation & santé**
 - **41 % sur la CCVH**
 - Les services aux entreprises :
 - **peu présent mais en croissance**
- Le tourisme : une composante forte du territoire en matière de revenu auprès des activités type restauration, hébergement, commerces, ...

▶ L'approche territoriale

- Une répartition multipolaire mais concentrée :
 - 60 % des entreprises sur 7 communes : Clermont l'Hérault, Lodève, Gignac, St André, Aniane, Paulhan, Montarnaud
- L'accueil des entreprises :
 - Une pénurie de foncier face à un enjeu important de créer des emplois sur le territoire et l'absence de locaux d'immobilier d'entreprises disponible
 - Une offre importante, de qualité, à venir sur les zones urbaines de Montpellier et Béziers
 - Des valeurs foncières élevées par comparaison avec d'autres secteurs, qui varient de 15 à 58 €/m², selon l'emplacement (effet vitrine), la destination (les zones commerciales sont plus chères) et bien entendu, la localisation
 - Une qualité moyenne des zones plutôt faible :
 - **faible qualité architecturale et faible insertion paysagère,**
 - **signalétique insuffisante,**
 - **gestion des déchets,**

RAPPEL DES ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

▶ La demande des entreprises

- Les demandes exogènes aussi importantes que les demandes endogènes.
- Des demandes majoritairement sur des surfaces de moins de 500 m²
 - 50 % des demandes de la part d'artisans
 - Mais plus importantes pour les entreprises exogènes : 1000 à 2000 m²

▶ Les outils

- Promotion / prospection :
 - principalement *Invest LR*
 - peu d'actions des acteurs du territoire
- Aides financières : exonération de TP et de TF au cas par cas sur certaines communes et/ou intercommunalités ; PFIL, AREVADELPHI, ...
- Accompagnement / animation des entreprises : Maison des Entreprises

SYNTHESE

▶ OPPORTUNITES

- Saturation de l'offre foncière sur Montpellier
- Des prix élevés sur Montpellier
- Le potentiel touristique
- Le SCOT du Bassin de Thau : des relations à développer
- Le schéma des ZAE d'intérêt départemental
- Un des 14 sites d'intérêt régional créé sur le Pays (Technoparc ?)

▶ MENACES

- Devenir principalement un « territoire dortoir » et de passage
- Perdre les dernières entreprises créatrice de VA
- Les effets pervers d'une économie résidentielle (augmentation des charges liées à l'accueil de nouvelle population)
- Les difficultés de la filière viticole : une économie locale qui se fragilise
- Une concurrence forte à venir par la création de ZAE supra locale sur Béziers et Millau

ATELIER 1

Fidéliser et accompagner le développement des entreprises du territoire

ATELIER 1

► Liste des participants :

Louis VILLARET – Président du Pays Coeur d’Hérault

Yvan GARREL – Terres vivantes 34

Véronique FERNANDEZ – CCI Accueil Lodève

Françoise PASQUIER – Maison des entreprises

Jean-Claude GAURAN – CC du Lodévois

Jean Marcel JOVER – Maire de Gignac

Elisabeth TERRAL – CC Vallée de l’Hérault – Développement économique

Eric WEISMAN – PLC DEMETER

Thierry REBUFFAT – Pays Coeur d’Hérault

▶ LES ENJEUX STRATEGIQUES

- L'anticipation des besoins des entreprises
- La réponse aux demandes foncières / immobilières des entreprises :
 - Comment (réserves foncières)
 - Quelles zones pour quelle cible ?
 - Quelle priorité ?
 - Quelle qualité de zone ?
 - Immobilier d'entreprise ?
 - Quelle programmation ?
- La demande en main d'œuvre des entreprises :
 - Quelles actions sur la formation ?
 - Quelles aides sur le recrutement ?
- Comment accompagner les entreprises en difficulté, notamment le secteur viticole? Quelle priorité ?

DEBAT

▶ LES LEVIERS D'ACTION EMERGES AU COURS DE L'ATELIER

Thème : Outils du développement	Thème : Foncier et Immobilier
Mettre en réseau les acteurs et fédérer les initiatives : développer un relationnel institutionnel et fonctionnel	Constituer des réserves foncières à vocation économique et mettre en œuvre des outils de maîtrise des valeurs foncières
Faire connaître les dispositifs sur la reprise et la transmission, les aides financières (notamment CR)	Disposer d'outils de portage immobilier et foncier : outils publics (SAF ou EPF... et pépinière ou hôtel d'entreprises) et investisseurs privés (SCI « semi publique »)
Fédérer les initiatives sur le modèle des « maisons », portes d'entrée des demandes	Faire émerger les réserves foncières des POS/PLU et les « sortir » suivant un calendrier à 15 ans (démarche consolidée)
Communiquer sur les filières et les spécificités économiques des entreprises et de la population active	Lancer la réhabilitation de zones existantes
Thème : Approche sectorielle	Thème : Main d'œuvre
Renforcer les pôles économiques existants et développer des pôles de compétence (ex : secteur BTP avec l'éco-bâtiment, filière santé...) en fonction du positionnement du Pays	Mettre en adéquation les attentes des entreprises en termes de qualification et les demandeurs d'emplois
Définir les objectifs et orienter le développement de l'économie résidentielle (y compris le tourisme) y compris dans la relation avec la production agricole (conso citoyenne, Bio...)	
Accompagner l'évolution et le positionnement marché de certains secteurs ou entreprises	Thème : Infrastructures
	Réfléchir sur les déplacements à l'échelle du Pays (PDU)

▶ LES LEVIERS D'ACTION PRIORISES

● INDISPENSABLES :

- **Renforcer les pôles économiques existants et développer des pôles de compétence (ex : secteur BTP avec l'éco-bâtiment, filière santé...) en fonction du positionnement du Pays**
- **Définir les objectifs et orienter le développement de l'économie résidentielle (y compris le tourisme) et y compris dans la relation avec la production agricole (conso citoyenne, Bio...)**
- **Faire émerger les réserves foncières des POS/PLU et les « sortir » suivant un calendrier à 15 ans (démarche consolidée)**

● UTILES :

- **Mettre en réseau les acteurs et fédérer les initiatives : développer un relationnel institutionnel et fonctionnel**
- **Disposer d'outils de portage immobilier et foncier : outils publics (SAF ou EPF... et pépinière ou hôtel d'entreprises) et investisseurs privés (SCI « semi publique »)**

ATELIER 2

Attirer de nouvelles entreprises

ATELIER 2

► Liste des participants :

Yvan GARREL – Terrez vivantes 34

Véronique FERNANDEZ – CCI Accueil Lodève

Françoise PASQUIER – Maison des entreprises

Jean-Claude GAURAN – CC du Lodévois

Sylvain PAGES - CC Vallée de l'Hérault

Elisabeth TERRAL – CC Vallée de l'Hérault – Développement économique

Raphaël ASENSI – Maison des entreprises

André PONCE – Maison des entreprises

Guy BERNADOU – CC du Lodévois

Jean Marcel JOVER – Maire de Gignac

Jérôme CASSEVILLE – Maison de l'emploi

Claude AMBACHER – CC Clermontais – Développement économique

Eric WEISMAN – PLC DEMETER

Gwénola DE MINIAC - PLC DEMETER

Thierry REBUFFAT – Pays Coeur d'Hérault

▶ LES ENJEUX STRATEGIQUES

- Donner la priorité à l'accueil des entreprises exogènes ?
- Rendre le territoire attractif pour des entreprises extérieures
 - Pour quelle cible ?
 - Avec quelles offres d'emplois ?
- Se doter des moyens d'améliorer la prospection exogène :
 - En coordination avec l'ensemble des acteurs « volontaires »
 - Quelles structures d'accueil ?
 - Quelles modes de prospection ?
- Assurer une promotion « active » du territoire

DEBAT

▶ EXEMPLES DE QUESTIONS AUXQUELS REpondRE

- Une entreprise qui cherche à s'implanter doit-elle s'adresser aux 4 communautés de communes, aux Chambres Consulaires, à la Maison des Entreprises, au Pays, etc. ?
- Développer une offre foncière / immobilière spécifique ?
- Favoriser l'implantation d'entreprises exogènes selon des critères (d'emploi, d'emprise foncière, de TP, ...)
- Faut-il développer une politique de promotion / prospection ?
- Quelle image véhicule aujourd'hui le territoire « Pays » ou même les « Communauté de Communes » auprès des entreprises ?
- Comment rendre le territoire attractif pour des entreprises extérieures ?
 - Une offre d'accueil dédiée ?
 - Quelle offre foncière et immobilière ?
 - Quelle politique d'accueil : interlocuteur ?
 - Quelle promotion / image ?
 - Mise en place d'action de prospection ?
- Qui fait quoi, personne ressource, ...

ATELIER 2

▶ LES LEVIERS D'ACTION EMERGES AU COURS DE L'ATELIER

Main d'œuvre	Foncier et Immobilier
Animation/dynamisation du dispositif de mise en adéquation des entreprises et des qualifications de la main d'œuvre	« Spécialisation » des territoires au sein du Pays et gamme de produits fonciers et immobiliers adaptés aux demandes (SMOZ)
Travail d'image sur la qualité et les compétences de la main d'œuvre	Vocations des zones (en fonction de la fonction des établissements : commerces, activités, bureaux..., autour de savoir faire, des « contraintes » et de règlementations) et des espaces destinés aux entreprises
Aides financières	Disposer d'une politique de prix différenciés pour les sites et affectations envisagées
Mobiliser les dispositifs d'aides relatives au foncier (et aux réserves) : CG34, Région, Etat, Europe	
Animation	Outils de prospection
Mise en relation des entreprises à l'échelle du Pays : donneurs d'ordre, sous-traitants... (annuaire des savoir-faire, petit déj...)	Mieux organiser les partenariats et les réseaux de prospection pour mieux se faire connaître
Réflexions par « filière » à partir des entreprises du territoire pour compléter le tissu existant (ex : maintenance poids lourds) / cas particulier de la filière agro-alimentaire Identifier les complémentarités avec les autres économies métropolitaines (Montpellier, Beziers, Littoral...)	Disposer d'outils d'évaluation pour aider les territoires à choisir les projets (emplois, taxes, revenus induits...)
Image économique commune et communication économique du Pays	Réseau des pépinières et de projets comme vecteur d'attractivité
<i>Renforcer les points forts de l'activité économique du territoire (cf. atelier 1)</i>	Définir une typologie et une cible : ex : PME-PMI jusqu'à 30-50 emplois, sur des filières spécialités du territoire

▶ LES LEVIERS D'ACTION PRIORISES

● INDISPENSABLES :

- Mobiliser les dispositifs d'aides relatives au foncier (et aux réserves) : CG34, Région, Etat, Europe
- « Spécialisation » des territoires au sein du Pays et gamme de produits fonciers et immobiliers adaptés aux demandes (SMOZ)
- Vocations des zones (en fonction de la fonction des établissements : commerces, activités, bureaux..., autour de savoir faire, des « contraintes » et de règlementations) et des espaces destinés aux entreprises

● UTILES :

- Réflexions par « filière » à partir des entreprises du territoire pour compléter le tissu existant (ex : maintenance poids lourds) / cas particulier de la filière agro-alimentaire - Identifier les complémentarités avec les autres économies métropolitaines (Montpellier, Beziers, Littoral...)
- Définir une typologie et une cible : par exemple, les PME-PMI jusqu'à 30-50 emplois, sur des filières spécialités du territoire

ATELIER 3

**Filières, réseaux d'entreprises,
pôles de compétences :
Pays Cœur d'Hérault, un bassin de vie**

ATELIER 3

► Liste des participants :

Christian RICARDO – Sous-préfet de Lodève

Véronique FERNANDEZ – CCI Accueil Lodève

Françoise PASQUIER – Maison des entreprises

Jean-Claude GAURAN – CC du Lodévois

Sylvain PAGES - CC Vallée de l'Hérault

Elisabeth TERRAL – CC Vallée de l'Hérault – Développement économique

Raphaël ASENSI – Maison des entreprises

André PONCE – Maison des entreprises

Guy BERNADOU – CC du Lodévois

Jérôme CASSEVILLE – Maison de l'emploi

Claude AMBACHER – CC Clermontais – Développement économique

Eric WEISMAN – PLC DEMETER

Gwénola DE MINIAC - PLC DEMETER

Thierry REBUFFAT – Pays Coeur d'Hérault

▶ LES ENJEUX STRATEGIQUES

- Des filières à développer et soutenir :
 - *tourisme,*
 - *agriculture : viticulture + agro-alimentaire,*
 - services à la personne, commerces
 - **santé, sanitaire et médico-social**
 - **construction (éco-projets)**
- Des moyens à mettre en oeuvre :
 - formation,
 - R&D et transfert de technologie,
 - partenariat avec Montpellier...
- L'environnement des entreprises et de leur salarié et des habitants :
 - les services pourvoyeurs de main d'œuvre
- Le lien entre les entreprises et les synergies en interne et en externe

ATELIER 3

▶ LES LEVIERS D'ACTION EMERGES AU COURS DE L'ATELIER

Tourisme	BTP	Santé
Développement, promotion et commercialisation de l'offre « produits régionaux » pour les courts et moyens séjours + tourisme à l'année	Favoriser les liens et encourager les groupements d'entreprises pour leurs achats, réponses aux appels d'offres, export...	Comment favoriser les implantations de spécialistes : identifier les besoins, proposer des lieux pour faire des « plateaux techniques » ?
Formation et professionnalisation des acteurs : culture touristique à développer en mobilisant les professionnels (notamment les offices de tourisme)		Quelles proximités/complémentarités avec Montpellier et son pôle Santé ?
Hébergement touristique : espaces pour campings cars de qualité, gîtes, logements pour groupes, hôtel de charme...	Outils	La santé pour les personnes âgées : retraite, dépendance, spécialités...
Organiser le lien Tourisme – Agriculture : activités, produits régionaux, hébergement typique...: ex : offre de producteurs de produits locaux sur le marché gare de Montpellier	Développer des outils de travail en commun : ex : un outil partagé d'information/promotion du territoire	La santé pour les jeunes
Marketing territorial et effet d'image	Mettre en lien les porteurs de projet (toutes filières)	
<p>▶ Axe transversal : renforcer les spécialisations émergentes sur le Pays en vue de les renforcer et de réunir les conditions permettant de créer des pôles attractifs et dynamiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pole commerce sur Clermont l'Hérault ● Pole de santé sur Lodève et réseau santé pour les jeunes 16-25 ans 		

Ces leviers d'action n'ont pas été priorisés au cours de l'atelier



Synthèse



► Plusieurs constats :

- La plupart des leviers d'action identifiés par les participants sont récurrents sur chaque atelier mettant en exergue l'urgence d'agir sur un certain nombre d'enjeu
 - Exemple : la maîtrise foncière en vue d'une part, de disposer de foncier permettant d'accueillir des entreprises, et d'autre part, la création de ZAE à un coût qui soit maîtrisé.
- L'ensemble des enjeux et des leviers d'action dégagés au cours des ateliers ont recueilli le plébiscite de l'ensemble des participants

▶ 3 axes stratégiques semblent se dégager nettement des ateliers :

- AXE I – Créer une « excellence » territoriale en s'appuyant sur le tissu économique du Pays (*les « racines du territoire »*)

Objectifs généraux :

- Pour renforcer les synergies d'actions des entreprises et des acteurs du territoire
- Pour « tirer vers le haut » le tissu économique du territoire :
 - **Renforcer la spécialisation des « filières »**
 - **Attirer et développer les services liés à haute VA : R&D, laboratoires, formations, sous-traitance, ...**
 - **Attirer des entreprises du secteur**
 - **Disposer d'une image économique identifiée au territoire**
- Pour mettre en place des moyens d'action adaptés et cohérents à l'échelle du Pays

● AXE I – Créer une « excellence » territoriale en s'appuyant sur le tissu économique du Pays (suite)

Objectifs ciblés :

- Objectif 1 : le bâtiment et l'éco-construction : vers une diversification du tissu et la création d'un pôle de compétences
- Objectif 2 : le pôle santé – services : vers la structuration d'un tissu de services mieux identifié et le développement d'entreprises de la filière santé
- Objectif 3 : l'agriculture : vers un accompagnement de la viti/viniculture et une diversification du tissu agro-alimentaire
- Objectif 4 : le tourisme

Les outils / actions (à développer) :

- Favoriser les rapprochements d'entreprises, identifier les spécificité du secteur sur le territoire, prospector de nouvelle entreprises, développer les liens avec l'université de Montpellier, connaître et répondre aux besoins de ces entreprises en matière de recrutement notamment, ...

● AXE II – Disposer des moyens indispensables à l'accueil et au développement des entreprises

Objectifs généraux :

- Pour renforcer / mutualiser les moyens d'action entre les acteurs du territoire
- Pour mettre en cohérence et faire connaître les dispositifs existants sur le Pays
- Pour répondre à la demande des entreprises (en matière de foncier et d'immobilier) ... selon les cibles choisies / les pôles du Pays / une entente intercommunale
- Pour maîtriser le développement d'une offre territoriale de qualité à long terme
- Pour pouvoir communiquer une image économique du territoire
- Pour attirer des entreprises structurantes, des PME créatrices d'emploi, capables de développer un tissu de sous-traitance

● AXE II – Disposer des moyens indispensables à l'accueil et au développement des entreprises (suite)

Objectifs ciblés :

- Objectif 1 : planifier d'une offre foncière et immobilière à 15/20 ans (maîtrise foncière + structuration des ZAE entre elles)
- Objectif 2 : mettre en réseau de façon formelle et organisée les acteurs du développement économique (une « cellule économique »)
- Objectif 3 : identifier et mettre en place une stratégie de promotion et de prospection en lien avec les « pôles d'excellence » et les ZAE du territoire
- Objectif 4 : renforcer la qualité de l'accueil des entreprises

Les outils / actions (à développer) :

- Création d'un fonds foncier d'intervention, mise en place d'une charte intercommunale de développement des ZAE, mettre en place des règlements de zone avec « une base commune », créer un guide pour les entreprises permettant d'identifier les acteurs, leur rôle, les aides mobilisables, ..., créer une charte intercommunale d'entente sur l'accueil d'entreprises exogènes

- AXE III – Créer et organiser la création d'un environnement favorable à l'accueil et au développement des entreprises, à la création d'emploi

Objectifs généraux :

- Se démarquer des autres territoires par un environnement adaptés aux besoins des entreprises, du chef d'entreprise et de ses salariés
- Réunir les conditions favorable à l'épanouissement de l'activité de l'entreprise au sein du Pays
- Donner au chef d'entreprise « les arguments » qu'il pourrait véhiculer auprès de son réseau d'affaires : les conditions favorables de son accueil et de son développement sur le territoire mais également de son bien-être pour lui et sa famille

- AXE III – Créer et organiser la création d'un environnement favorable à l'accueil et au développement des entreprises, à la création d'emploi (suite)

Objectifs ciblés :

- Objectif 1 : mettre en adéquation l'offre et la demande d'emploi et communiquer sur la qualité de la main d'œuvre locale
- Objectif 2 : le commerce

Sera développé au cours de l'atelier 4

▶ LA SUITE :

- Atelier 4 : Les conditions d'un environnement favorable au développement économique

Jeudi 5 avril à 17H30 à Clermont l'Hérault

- Réunion du comité technique (courant avril)
 - Dégager les axes stratégiques à partir des leviers d'action identifiés au cours des ateliers
 - Approfondir et concrétiser la stratégie de développement économique du Pays Cœur d'Hérault par la déclinaison d'un programme d'actions (et de fiches actions)