

Premières préconisations du CODEV sur le projet métropolitain



CODEV

Tours

Synthèse des ateliers

Octobre-décembre 2016





Fort de son expertise citoyenne, le CODEV contribue pleinement aux côtés des élus et des services de Tour(s)plus à l'écriture du prochain chapitre de la vie de notre territoire.

Les travaux du CODEV, organisés en ateliers autour de 4 grands axes de travail proposés par Tour(s)plus ont permis, au terme d'un trimestre, d'instaurer une véritable dynamique de travail collaboratif, alors même que le CODEV, tout juste, installé, met en place un espace de réflexion prospectif au bénéfice de la Communauté et de ses habitants.

Réunis 14 fois entre septembre et décembre 2016, le CODEV a ainsi travaillé sur ce que serait :

- une métropole séduisante, forte d'une image lisible et partagée,
- une métropole Haute Qualité de vie, fière et protectrice de son environnement, soutenue par une implication citoyenne, co-construisant son cadre de vie,
- une métropole Intelligente, terre d'accueil des savoirs,
- une métropole innovante, dont l'ADN serait le bien-être, l'art de vivre, vecteurs de développement et d'innovations.

Les constats sont présentés ci-après, assortis de propositions que le CODEV propose pour aller plus loin et accompagner la future métropole dans l'élaboration de ses nouvelles prérogatives.



Le CODEV, c'est quoi ?

C'est un lieu où l'expertise citoyenne est entendue, soutenue et confrontée aux choix politiques ou aux projets des institutions. Lieu de démocratie participative, de participation citoyenne, c'est une école de l'appropriation des enjeux citoyens, une chambre de réflexion et de proposition par les gens, pour les gens. Lieu de prospective, c'est également un lieu de réflexion stratégique, au profit du projet de territoire.



De la Belle Endormie à la métropole séduisante

La dynamique de communication à l'œuvre dans la France des territoires révèle un même parti pris : redessiner le visage du territoire. La métaphore du territoire à visage humain, est filée par une grande partie des nouvelles métropoles, comme s'il s'agissait de donner de notre « physionomie », les traits les plus attrayants, mais également les plus séduisants.

Le CODEV a constaté que de nombreux territoires sont connus et reconnus par certains traits saillants, ou des événements marquants (L'Armada de Rouen, le Festival d'Avignon, le Futuroscope de Poitiers, le festival de la BD à Angoulême, les Fêtes de Jeanne d'Arc à Orléans, les 24 heures du Mans, les Rendez-Vous de l'Histoire à Blois, etc...). Or, Tours n'est qu'insuffisamment identifié, ou alors comme la cité jardin au cœur de la vallée des châteaux. Cette image est vécue ici comme réductrice pour un territoire qui ne se résout pas à s'en tenir à cette vision patrimoniale. Pourtant, c'est bien le seul caractère différenciant, avec la Loire. Tours est en effet pour le reste un territoire médian, lénifiant, sans aspérité. Il s'agit donc de faire des choix, en matière de positionnement, pour rendre visible ce territoire par trop discret.

Le futur projet de la Cité de la Gastronomie, l'ouverture du CCCOD et le lancement en septembre du futur Festival International du Cirque suffiront-ils à inscrire Tours dans le paysage ?

Si la métropole ne manque pas d'attrait, elle souffre d'un déficit d'image.

Sur ce point, il faut distinguer la communication perçue sur le territoire et les stratégies de marketing consistant à s'adresser à l'extérieur du territoire. On peut craindre que les campagnes récentes menées dans les gares françaises ont eu peu d'impact, peut-être limitées par l'insuffisance du budget mobilisé.

Ceci pose clairement la question du périmètre que l'on cherche à valoriser.

Doit-on s'en tenir au périmètre de la future métropole (les 22 communes), ou mettre en place une dynamique fédérative de valorisation afin de renforcer l'attractivité du territoire au sens large ? Quel dialogue avec les autres territoires, comme les EPCI voisins, mais également avec le Département, voire la Région ? Faut-il une stratégie de marketing territorial global sur un périmètre élargi ou une stratégie globale de la seule institution Métropole ? Il semble que la voie territoriale et non institutionnelle soit à privilégier, en s'associant entre institutions et avec les acteurs du territoire.

Un visage flou.

Si les nombreux atouts du territoire ne sont plus à démontrer (cf. : le document stratégique élaboré pour défendre la candidature de Tour(s)plus au statut de métropole), il faut revenir sur un des traits les plus caractéristiques identifiés par les participants aux ateliers : la douceur de vivre, la quiétude et sans doute son revers, son calme parfois trop pesant. Pourtant cette douceur de vivre est bien un atout de la Touraine, qu'il faut mettre en valeur plutôt que de le cacher.

Et cette douceur de vivre doit faciliter dynamisme et innovation. Cependant, notre territoire se caractérise par un équilibre dans la diversité de ses fonctions et sans doute aussi par le fait qu'il ne présente que peu de caractère différencié, si ce n'est la Loire et ses châteaux.

Une difficulté à donner à voir une image partagée du territoire élargi.

Les membres du CODEV sont unanimes, tous ateliers confondus à observer que la communication est insuffisante. Déficit d'ambition ? De commande politique ? De moyens ? Difficulté à assumer notre « physionomie » de territoire ? Rivalités institutionnelles ?



Préconisations

- Faire une richesse de notre –relative- faiblesse en termes de différenciation, en capitalisant sur ce que nous sommes et que nous devons assumer et valoriser : un territoire de l'art de vivre (cf. : le slogan du département, "Ici vivre est un art"), où la notion de bien vivre est partagée. Tout comme la notion de "bien-être". C'est une raison pour laquelle on vient s'établir et pour laquelle on reste à Tours.
- Défendre le parti pris d'une "marque ombrelle" partageable avec les autres acteurs (Département, EPCI voisins) et fédérer les déclinaisons sectorielles (développement économique, enseignement supérieur, tourisme, culture...) autour d'un message global.
- Eviter la concurrence des labels et les actions de communication sectorielles "autonomes".
- Choisir un ou deux thèmes de communication : le bien vivre/l'art de vivre, une nouvelle innovation territoriale ?
- Choisir un nombre de cibles restreint pour ne pas diluer les efforts de communication :
 - Etudiants ;
 - Touristes/congressistes ;
 - Nouveaux entrepreneurs.
- Renforcer la direction de la communication de la future métropole tant en ressources humaines, qu'en moyens financiers, techniques et numériques.
- Mutualiser la communication pour la Touraine, et rapprocher les services concernés pour éviter une concurrence de messages et de moyens.



Atelier animé par Michel PEYRAT



"La métropole mérite un bouquet de séduction."

Pierre CHEZALVIEL

"Notre petite taille nous amène à développer une certaine forme d'intelligence territoriale, qui nous différencie."

Régine CHARVET PELLO



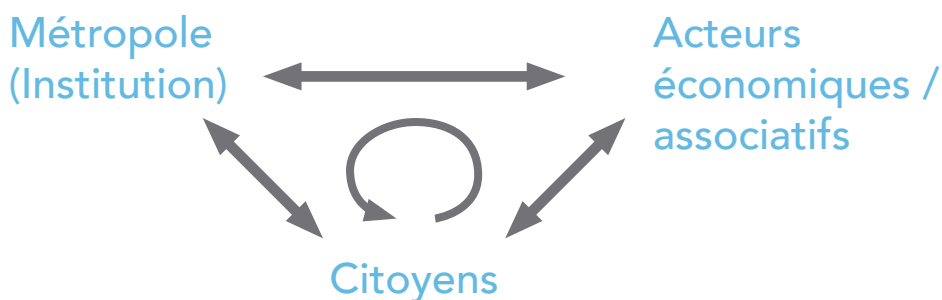
"Aucune autre province n'a de caractéristique plus national, la Normandie est la Normandie, la Provence est la Provence mais la Touraine est la France..."

Henry JAMES

La métropole Haute Qualité de Vie

Impliquer les habitants, promoteurs, défenseurs et contributeurs de la qualité de vie.

La haute qualité de vie n'est pas strictement quantifiable car elle repose en grande partie sur la perception par les habitants de leur insertion dans une collectivité. Pour porter une politique publique avec des objectifs ambitieux et correspondant aux besoins du territoire, il est essentiel d'associer les usagers et habitants à la définition de cette même politique publique. L'implication des habitants mais aussi des acteurs économiques et associatifs est donc essentielle pour accéder à une haute qualité de vie.



Plusieurs types de démarches citoyennes, organisées pour les unes, isolées pour certaines, ou issues de la loi pour d'autres existent en matière de débat public sur le territoire de Tour(s)plus. Ces sphères de débat (CVL, démocratie numérique, infolab, startup week ends, CODEV, enquêtes publiques...) sont peu ou mal identifiées, *a fortiori* sur l'ensemble du territoire des 22 communes. A cela s'ajoutent des démarches globales et puissantes comme le chantier de "démocratie permanente" lancé en janvier par la Région Centre.

Comment s'y retrouver et comment articuler et enrichir la parole citoyenne, comment l'entendre ?

Approfondir la connaissance de 3 enjeux essentiels à la défense de la qualité du cadre de vie

- L'urbanisme
- La mobilité
- L'économie métropolitaine circulaire permettant l'autosuffisance alimentaire et la préservation des ressources : eau, énergie, réduction des déchets.



Préconisations

Citoyenneté :

- Création d'un atelier dédié aux questions de démocratie participative avec cartographie des acteurs et rédaction d'un guide du débat public. (A la suite de la séance plénière le 13 décembre, l'atelier Métropole et débat public est créé.)
- Soutenir la co-citoyenneté en favorisant l'émergence d'initiatives par les habitants pour les habitants : réflexion à mener sur une plateforme d'échanges de services entre habitants.

Urbanisme :

- Être associé le plus en amont possible dans le cadre de la révision du Schéma de Cohérence Territorial (SCoT) ainsi qu'aux travaux préparatoires au Plan Local de l'urbanisme Intercommunal de la Métropole.

Mobilité :

- Être associé à l'évaluation à mi-parcours du Plan de Déplacements Urbains.
- Réaliser une cartographie participative des points noirs créant des ruptures dans les parcours de transport (pistes cyclables discontinues, intersection entre deux arrêts de lignes de bus trop distants pour que les correspondances soient intéressantes, etc...)
- Approfondir la réflexion sur la mobilité du premier au dernier kilomètre.
- Ouvrir un débat sur la tarification des transports en commun (avec une étude précise sur la tarification étudiante)

Déchets/eau/énergie :

- Contribuer à l'élaboration de la stratégie métropolitaine du grand cycle de l'eau au moment où Tour(s)plus élargit ses prérogatives en se dotant des compétences eau potable, eaux pluviales, GEMAPI (en plus de la compétence assainissement déjà prise en charge). Ceci devra inclure la politique tarifaire de l'eau potable à harmoniser sur le territoire.
- Approfondir la compréhension par les habitants de la stratégie de traitement des ordures ménagères, dans le cadre du projet de nouveau centre de tri. Envisager de coupler cette ambition avec des dispositifs de valorisation de la matière organique au plus près des producteurs et habitants.
- Approfondir la connaissance et la compréhension citoyenne des enjeux énergétiques en proposant des expérimentations avec les habitants.

La question de l'alimentation est considérée par le CODEV comme une problématique centrale, traversant un certain nombre de politiques publiques (agricole, écologique, touristique, éducative, culturelle, patrimoniale, économique, commerciale...) et mobilisant une grande variété d'acteurs, au bénéfice de tous les habitants. Il est donc proposé de créer un atelier "Bien vivre, bien manger".



Atelier animé par **Matthieu LOGEIS**



"La promotion d'une agriculture de proximité apparaît comme un champ d'actions métropolitaines prioritaire."
François SARRAZIN et Temanuata GIRARD

La métropole intelligente

Une des caractéristiques des métropoles est de disposer d'un tissu puissant et rayonnant d'établissements d'enseignement supérieur, de recherche et de formation professionnelle.

A la question posée au CODEV sur ce thème (comment attirer plus d'étudiants et fidéliser les jeunes talents sur le territoire ?) l'atelier a élargi ses réflexions en formulant des propositions permettant d'améliorer l'accueil et l'employabilité des étudiants. En effet, Tours n'est actuellement classée qu'en 24^e position sur 43 villes universitaires (*classement Magazine l'Etudiant. Septembre 2016*).

La Métropole compte une population de 30 000 apprenants, étudiants, personnes en formation professionnelle, formation tout au long de la vie et apprentis soit 10% de la population tourangelle. Un des objectifs annoncés par le Président Briand, dans le projet de métropole est d'affirmer Tours comme terre d'accueil des étudiants, pour parvenir à une communauté du savoir de 50.000 personnes en formation, d'ici 2030.

Un constat contrasté : une ville campus accueillante et pourtant, pas de signaux forts vers la population étudiante

Son cadre de vie semble apprécié par les étudiants (multiples enquêtes dans différents cercles d'étudiants ou jeunes actifs), et la capacité du logement n'est pas en question. En outre, la qualité et offres de formation et d'apprentissage sont reconnues. Cependant les étudiants semblent n'être ni acteurs du territoire, ni perçus comme une valeur sur laquelle capitaliser ni comme un public à accompagner (20% d'entre eux sont pourtant en situation précaire).

La ville campus est une richesse (les étudiants apprécient l'environnement urbain dans lequel ils sont formés), mais les étudiants ne sont pas suffisamment pris en compte dans les politiques publiques locales. Ainsi, par exemple en matière de transport, élément déterminant dans la vie quotidienne et dans le choix d'une ville d'étude, ils ne font pas l'objet de mesures tarifaires favorables. Or la multiplicité des sites d'études, le maillage du logement étudiant accroît leur besoin de mobilité.

Ce même éparpillement qui fait de la cité une ville où les étudiants sont visibles et parties prenantes de la vie quotidienne (et nocturne !), fait ressortir le manque d'un lieu totem de ralliement étudiant, tant physique que virtuel.

En outre, la richesse des formations et la diversité des acteurs de cette offre, n'est pas accessible via un seul et même lieu ou site d'information. Certes, les associations étudiantes sont très nombreuses (une centaine) mais elles ne se mutualisent pas ni ne se fédèrent réellement, faute de lieux de partage.

Par ailleurs, les nouveaux arrivants, qu'ils soient nationaux ou internationaux (ces derniers représentent 10% des étudiants) ne sont pas intégrés dans la ville. Cet écueil dès le départ ne permet pas de construire un sentiment d'appartenance à la collectivité. Ce constat est renforcé par l'observation que la vie étudiante ne fait pas l'objet d'une stratégie coordonnée de la part des institutions, quand cette stratégie existe.

Enfin, l'accompagnement des étudiants dans leur projet professionnel n'est pas en lien avec son territoire. Des dispositifs existent à l'université, tel PEPITE mais il semble que le lien Entreprises-Etudiants puisse être davantage matérialisé, afin de renforcer la synergie entre besoins des entreprises et offres de formation.



Préconisations

Si l'objectif est de rayonner pour faire de Tours un territoire métropolitain du savoir, il convient de déterminer une stratégie de territoire et de décliner une politique publique communautaire ou métropolitaine qui fédère les acteurs et producteurs de la formation. Plusieurs pistes de travail sont suggérées :

- Mise en place d'un pôle de coordination ou conférence de la métropole du savoir. (Consulaires, Universités, organismes de formation, collectivités territoriales.)
- Définition claire de la politique de Tours Métropole en faveur du soutien à l'enseignement supérieur, la recherche et la formation professionnelle.
- Création d'un lieu totem (maison de l'étudiant couplée à une plate-forme numérique) permettant l'accueil, l'animation, l'insertion et la valorisation des filières afin d'accompagner les étudiants dans leur vie, leurs projets de vie et renforcer leur employabilité.
- Création d'un dispositif d'accueil des étudiants (projet The Education Valley).
- Affirmation de la Métropole comme territoire d'excellence de l'apprentissage.
- Soutien à une politique de tutorat entre entreprises et étudiants.



Atelier animé par Beatrice DELAUNAY



"Savoir accueillir les étudiants est un gage de réussite pour tous : pour eux et pour notre territoire, qui en fera les meilleurs ambassadeurs tout au long de leur vie."

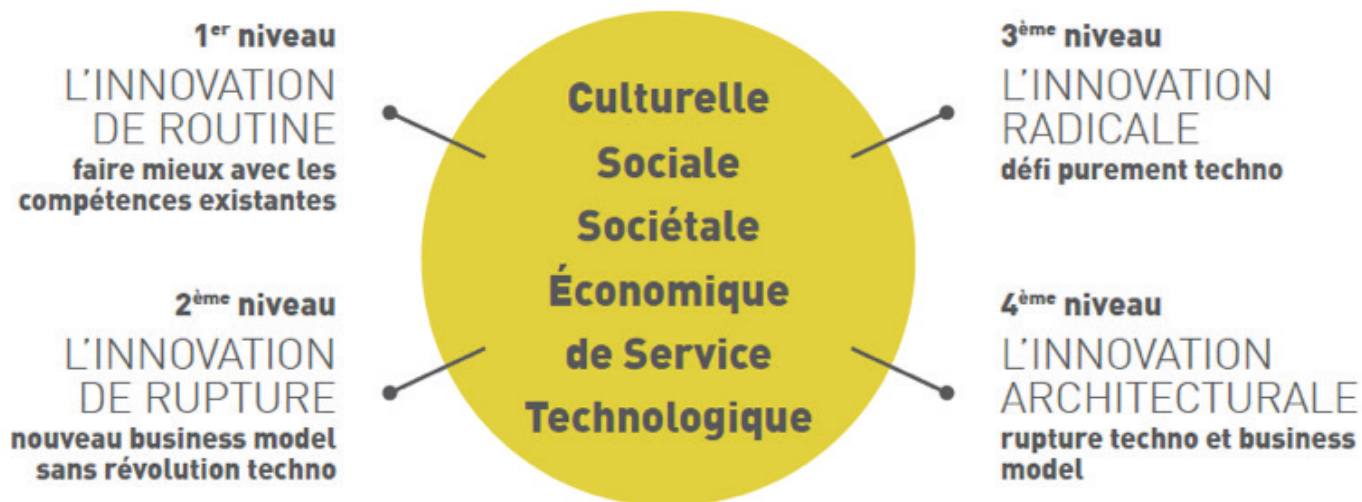
Patrick Hibon de Frohen



La métropole innovante

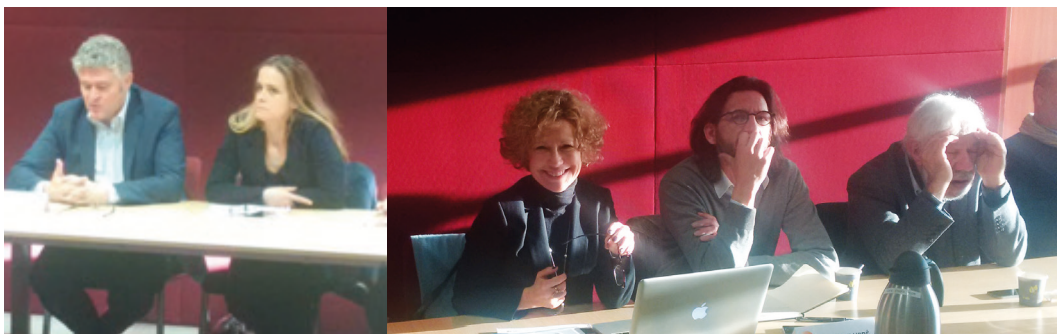
L'atelier s'est interrogé sur ce que serait une métropole tourangelle innovante, à l'heure où tous les territoires revendiquent d'être innovants. Si l'innovation est le droit à l'essai, à l'expérimentation, elle peut prendre différentes formes, toutes applicables au territoire.

l'innovation ?



Les travaux de l'atelier ont permis de définir le dénominateur commun, sur notre territoire entre ces différentes formes d'innovation. De la tradition humaniste Rabelaisienne, à l'exemplarité de cette terre de la langue française, on constate que ce territoire a échappé aux secousses de l'Histoire et a cultivé une culture du bien-être. Or, le bien-être est le nouveau paradigme économique. La création d'un indicateur du vivre mieux, créé par l'OCDE, la nouvelle sociabilité, la recherche d'authenticité, sont autant de signes et de valeurs prisées par les nouvelles générations et les promoteurs de l'innovation frugale. Santé, bien-être, protection de l'environnement, capital social sont autant de valeurs auxquelles les nouvelles générations aspirent.

Ici en Touraine, terre de douceur et de bien vivre, l'innovation, c'est sans doute le bien-être, puisque la qualité de vie, la douceur, la « taille humaine » de notre environnement sont ce qui nous caractérisent. Il ne s'agit pas de changer, mais de se propulser. Le bien-être pourrait donc bien-être l'ADN de notre métropole.





Préconisations

La métropole doit se doter d'un outil de prospective dynamique, un think tank de « l'innovation du bien-être » pour les habitants, les étudiants, les entreprises, les touristes et les services publics.

Cet outil dynamique incubé dans un premier temps au sein du CODEV doit permettre de mobiliser l'ensemble de ses membres et la société civile pour collecter, pressentir, traquer les thématiques permettant de développer une stratégie d'innovation territoriale déclinée sur les 4 dimensions du bien-être :

**Bien-être
et relation
aux autres**

**Bien-être
avec
soi-même**

**Bien-être
et
production**

**Bien-être
et
international**



Atelier animé par Régine CHARVET PELLO



"Innover sur le bien-être, l'alimentation, le tourisme, le partage citoyen. Ici on vient butiner des nourritures terrestres."

Emmanuel Hervé, évoquant les projets de la Cité de la gastronomie





En conclusion

- Tours doit capitaliser sur ses forces qui sont porteuses de dynamisme et en phase avec l'évolution de nos sociétés.
- Personne ne sait aujourd'hui ce que seront les métiers de demain, et un fort développement d'une métropole sur des domaines économiques particuliers ne peut lui garantir une prospérité certaine dans les cinquante prochaines années.
- Mais construire une métropole du bien-être, connectée au monde, et qui s'appuie fortement sur la qualité de ses formations et de son enseignement supérieur est un facteur d'attractivité, de développement et d'innovation répondant aux désirs de la population et des nouvelles générations.



CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT
DE L'AGGLOMÉRATION DE TOURS

Conseil de développement
de l'agglomération de Tours

60, avenue Marcel Dassault
CS 30 651 - 37206 TOURS CEDEX 3

Courriel : codev@agglo-tours.fr
site web : codev.agglo-tours.fr