



Atelier SCoT « Logement - Services - Equipements »

Actes du jeudi 22 mars 2007
Auditorium du Musée des Beaux-Arts de Caen

Qu'est ce qui fonde l'attractivité métropolitaine ?

Introduction

Monsieur André LEDRAN, Vice-président du Syndicat Mixte de Caen-Métropole et Président de l'atelier, ouvre cette quatrième réunion de l'Atelier « Logement Services Equipements ».

Elle est consacrée au thème suivant : Qu'est ce qui fonde l'attractivité de notre territoire ?

Le sujet a été abordé dans un premier temps sous la forme d'un exposé de l'AUCAME qui a successivement présenté les facteurs d'attractivité de notre territoire avec une première approche sur les équipements structurants : Comment se positionne Caen-Métropole par rapport à d'autres métropoles sur le niveau d'équipement structurant ? Peut-on établir une typologie de ces équipements ? Quels sont leurs degrés d'attractivité ?

Une seconde partie a été consacrée aux autres facteurs d'attractivité de notre territoire conclue par une synthèse des atouts de notre territoire métropolitain.

Dans un deuxième temps, trois intervenants, tous impliqués dans le fonctionnement des équipements structurants de notre territoire étaient présents :

- Monsieur Basudeb CHAUDHURI, Vice-Président du conseil des études et de la vie universitaire de l'université de Caen ;
- Monsieur Serge LANGEAIS, Directeur du Zénith de Caen ;
- Monsieur Jean-marie MENU, Directeur du centre commercial Mondeville 2.

Après avoir présenté la fréquentation et la zone de chalandise de leur structure, ils nous ont également donné leur vision de Caen-Métropole et les éléments à développer pour renforcer son attractivité.



« Il est opportun de s'intéresser à la question des différents facteurs d'attractivité de notre territoire »

M. LEDRAN
Président de l'atelier

Présentation de Carine BARANGER, AUCAME Qu'est ce qui fonde l'attractivité métropolitaine ?

- **Quelles données ont été exploitées pour traiter de ce thème ?**

Une étude comparative réalisée par l'Agence d'Urbanisme de Rennes a été le support pour comparer le niveau d'équipements structurants de notre territoire avec douze autres métropoles régionales. Les données sur la fréquentation et la zone de chalandise de quelques équipements structurants (Mémorial de Caen, Stade D'Ornano, Lycée Malherbe et l'U.G.C Cinécité) ont été récoltées auprès des services statistiques de ces structures. Une étude réalisée par l'I.N.S.E.E. (Cent pour cent Basse-Normandie en 2005) a permis de disposer de connaissances sur le dynamisme économique du bassin d'emploi de Caen.

Enfin, les enquêtes annuelles de la presse sur le thème «où vit-on le mieux en France en 2005 ?» ont permis d'identifier les différents facteurs d'attractivité d'un territoire ainsi que les atouts de Caen-Métropole.

- **Préambule :**

Pour être un pôle urbain métropolitain, il faut être un pôle universitaire et de recherches. Caen-Métropole dispose d'un Centre Hospitalier Universitaire, d'un centre Hospitalier Régional, de quatre campus et de nombreux laboratoires de recherches. Ces structures attirent des emplois métropolitains supérieurs.

Pour faire vivre et renforcer ce pôle urbain métropolitain mais également pour répondre aux besoins de la population de Caen-Métropole, il faut des équipements indispensables que l'on qualifie de structurants.

- **Les équipements structurants de notre territoire : facteur d'attractivité ?**

Un équipement structurant se définit par sa rareté, sa spécialisation mais également son rayonnement au-delà de l'agglomération. Cinq types d'équipements ont été retenus dans cette présentation : sports et loisirs, culture et événementiel, santé, éducation, commerces.

- Positionnement de notre territoire par rapport à d'autres métropoles régionales :

Une étude réalisée par l'agence d'urbanisme de Rennes a permis de comparer le territoire de Caen-Métropole à douze autres métropoles régionales sur trois types d'équipements structurants : sportifs, culturels et d'accueil.

Le niveau d'équipements structurants de Caen-Métropole est équivalent à celui des plus grandes métropoles régionales : Rennes, Nantes mais également Toulouse. Notre territoire métropolitain est donc équipé comme un territoire de plus de 500 000 habitants.

Peu de manques ont été recensés dans cette étude comparative : piscine 50 m. couverte, Scènes conventionnée et national, Théâtre national et un dojo régional.



« Dans nos différents ateliers, nous avons l'habitude de nous comparer aux plus grandes et notamment à Rennes... et bien là c'est Rennes qui se compare à nous ! »

Carine BARANGER
AUCAME

- Typologie des équipements structurants et degrés d'attractivité de certains d'entre eux :

Trois types d'équipements structurants ont été recensés sur notre territoire : les équipements de grandes villes (ceux que l'on doit avoir pour être une grande ville avec pour exemples : le théâtre, le centre commercial régional Mondeville 2 et le multiplex, les cliniques ou encore les équipements d'accueil comme le centre des congrès...) ; les équipements métropolitains supérieurs (ceux que l'on doit avoir pour être une métropole régionale : le C.H.U, l'université et les laboratoires de recherche, le Zénith, le stade d'Ornano et l'hippodrome) et les équipements rares (ceux sur quoi se fait la différence : le Mémorial de Caen, les ports de plaisance de Caen et Ouistreham).

Ces équipements structurants ont un degré d'attractivité qui dépend de leur rareté mais également de leur spécialisation.

Le multiplex (U.G.C Ciné Cité de Mondeville) rayonne à l'échelle départementale voire au-delà (5% des entrées proviennent de résidents de certaines communes des départements de la Manche et de l'Orne). Le stade Malherbe est un équipement qui rayonne à l'échelle de la Basse-Normandie (27% des abonnés viennent de la Manche et de l'Orne). Le lycée Malherbe, du fait de ses spécialisations (filière Sport études et classes préparatoires) attire les élèves en grande majorité de la Basse-Normandie mais également des autres régions françaises (6%) et de l'étranger (2%). Quant au Mémorial de Caen, son rayonnement se situe au niveau mondial puisque 30% des visiteurs sont étrangers.

Caen-Métropole est donc bien équipé en équipements structurants et en fonction de leur spécialisation, le rayonnement se situe à différentes échelles (départementale, régionale, nationale et mondiale). Les équipements structurants sont un facteur d'attractivité de notre territoire métropolitain mais ils le sont également pour les autres métropoles régionales françaises.

- **Les autres facteurs d'attractivité d'un territoire métropolitain :**

Les enquêtes annuelles de la presse sur le thème « où vit-on le mieux en France » (classement sur les 100 plus grandes villes françaises) ont permis d'identifier un certain nombre d'indicateurs (objectifs mais également subjectifs) permettant de mesurer l'attractivité d'un territoire : travail, dynamisme économique, logement, sécurité, cadre de vie...

Caen (pourtant 27^{ème} ville française, 30^{ème} agglomération et 20^{ème} aire urbaine en terme de population au recensement de 1999) dispose d'un certain nombre d'atouts qui sont, de fait, des atouts métropolitains : tourisme, diversité culturelle, offre de soins et puissance économique.

Notre territoire métropolitain (18^{ème} sur 100) est donc un territoire où il fait « bon vivre » comme dans la plupart des villes de l'ouest de la France (Nantes : 4^{ème} sur 100 ; Rennes : 7^{ème} sur 100). En effet, cette étude montre que depuis le début des années 90, les villes de l'Ouest attirent suite à leur développement important en terme de dynamisme économique et de croissance démographique. C'est le cas pour le bassin d'emploi de Caen. Celui-ci est attractif du fait de l'existence d'une large palette de formations (notamment supérieures) mais également avec la création entre 2001 et 2003 de 1500 emplois (soit une évolution de +1.8%) dans les

secteurs du commerce, des services et de la construction.

Cette situation attire des familles d'actifs à la recherche d'un emploi mais également des jeunes recherchant une formation puis un emploi.

Le niveau d'équipement structurant est très bon sur notre territoire métropolitain ce qui se traduit par des atouts objectifs en terme de culture, d'éducation et d'offres de soin. De plus, le cadre de vie est agréable avec la proximité de la mer, la présence de nombreux espaces verts et un dynamisme touristique.

Mais d'autres facteurs sont essentiels à l'attractivité d'un territoire comme par exemple l'accessibilité, le dynamisme économique et à l'avenir, le développement durable et la qualité environnementale.

Intervention de Monsieur Basudeb CHAUDHURI

Vice-Président du conseil des études et de la vie universitaire de Caen

Monsieur CHAUDHURI a appuyé son intervention sur un document relatant les grands chiffres de l'université bas normande, consultable sur le site internet de Caen-Métropole.

- **Le paysage universitaire bas-normand :**

Avec la décentralisation, le paysage universitaire français a été réorganisé. Cela s'est traduit par la régionalisation des universités.

En Basse-Normandie, l'université est composée de dix campus :

- Cinq sont localisés sur le périmètre de Caen-Métropole : quatre sur Caen et un sur Ifs ;
- Cinq sites, appelés « sites distants », se situent sur le reste de la région : Lisieux, Vire, Alençon, Cherbourg, Saint-lô.

- **L'université bas-normande en quelques chiffres :**

L'université bas normande est pluridisciplinaire (nombreuses filières classiques mais également professionnelles: U.F.R. : Unité de Recherche et de Formation, Institut Universitaire technique ; école d'ingénieur...).

On compte 24 000 étudiants dont 22 000 sur les cinq campus caennais et 2 000 sur les sites distants.

Les étudiants étrangers représentent 10% du panel ce qui est faible par rapport à d'autres universités françaises. Ce sont pour la plupart des personnes originaires de l'Europe de l'Est mais également, et ce depuis quelques années, du Maghreb et de la Chine.

L'université est un élément clé dans la compétition entre les territoires. Sa compétitivité et son rayonnement dépendent de son niveau d'excellence. Les pôles d'excellence de l'université bas-normande sont les sciences de la matière et les sciences de gestion (Institut Universitaire Professionnalisé Banques assurances par exemple).

- **Vers un partenariat extérieur :**

Un des enjeux de l'université est également de professionnaliser de plus en plus les diplômés. Pour cela, il faut renforcer le partenariat qui existe



« Il y a de l'attractivité si il y a de la valeur ajoutée ! ».

M. CHAUDHURI
Université de Caen

déjà entre l'université / les entreprises et les laboratoires de recherche.

L'université bas-normande, qui a l'ambition de rester parmi les quinze meilleures universités françaises, doit avoir l'ensemble des formations et centres de recherche pour être reconnue aux niveaux national et international.

Intervention de Monsieur Serge LANGEOIS Directeur du Zénith de Caen

- **Présentation du Zénith de Caen :**

Le Zénith de Caen a été créé en 1993. Le label « Zénith » est accordé par le Ministère de la Culture et doit remplir un cahier des charges particulier : conditions techniques, d'accueil du public et de gestion. On compte quinze zéniths en France dont trois sont en cours de projet.

Neuf salariés permanents travaillent au Zénith de Caen. Les soirs de spectacle, l'équipe du Zénith fait appel à des sous-traitants (le nombre de sous-traitants peut atteindre 365 pour certains spectacles).

Le Zénith organise des manifestations différentes : concerts, manifestations sportives, soirées à thème, événementiel...).

Cet équipement culturel accueille beaucoup de répétitions d'artistes parisiens. Cette spécificité caennaise est liée à la proximité avec Paris mais également à l'outil technique performant.

- **Le rayonnement et la fréquentation du Zénith :**

Le Zénith de Caen rayonne à l'échelle de la Basse-Normandie. La venue d'artistes plus rares entraîne un rayonnement plus lointain (grand ouest, Région parisienne et parfois des pays européens : Belgique, Royaume Uni...)

Depuis la création du Zénith, 2 ½ millions de spectateurs se sont déplacés pour plus de 1 000 manifestations. En 2006, le Zénith a accueilli 80 manifestations et environ 200 000 spectateurs. En terme de fréquentation et de recettes, le Zénith de Caen est le troisième Zénith de France.

Le profil type du spectateur du Zénith est une femme de 34 ans habitant à 15 km de Caen environ et qui vient deux fois par pour assister à un spectacle.

- **Les activités induites du Zénith :**

La programmation proposée par le Zénith de Caen permet des retombées économiques sur notre territoire métropolitain. Les personnes qui viennent de loin profitent de l'occasion pour faire des achats (Centre-ville ou galerie marchande de Mondeville 2), manger aux restaurants, faire du tourisme (Chambre d'hôtel pour le week-end ; visites des sites touristiques...).

- **Les Flux et les déplacements :**

La localisation du Zénith, à la fois proche du centre-ville mais également du périphérique, permet un certain confort et une bonne accessibilité pour les spectateurs. Les jeunes peuvent se rendre à pied au Zénith depuis le centre-ville ou l'université. Quant aux personnes qui viennent de Paris, la proximité du périphérique et l'absence de feux de signalisation leur permet de se rendre au Zénith sans difficulté.



« Développer l'attractivité du Zénith de Caen, c'est développer l'attractivité de la métropole »

M. LANGEOIS
Zénith de Caen

Cependant, en terme de transports collectifs, des efforts doivent être faits pour permettre à tous (que ce soit pour les habitants de Caen-Métropole, de la Basse-Normandie mais également d'ailleurs) de venir assister à un concert au Zénith.

Présentation de Monsieur Jean-Marie MENU

Directeur du centre commercial Mondeville 2

- **Contexte de création de Mondeville 2 :**

A l'origine, le site « Supermonde » (composé d'une galerie marchande et d'un carrefour) remplissait les fonctions commerciales à Mondeville. Du fait de sa taille trop petite et de son offre commerciale insuffisante, le besoin a été de construire un centre commercial d'envergure régionale.

C'est dans ce contexte que Mondeville 2 a été créé en 1995. Ce centre commercial est composé d'un hypermarché de 12 000 m², d'une galerie marchande de 70 magasins.

- **La vocation régionale de Mondeville 2 :**

Le centre commercial de Mondeville 2 est un acteur économique de la région de part la création d'emplois qu'il a suscité (1 500 emplois) et son chiffre d'affaires réalisé.

De plus, l'accès à Mondeville 2 est facile, visible depuis l'autoroute A13, le périphérique et la route nationale 13 et accessible avec la présence d'un parking paysager de 5 000 places. Cette accessibilité favorise la venue d'une clientèle lointaine : 45% des visiteurs habitent en dehors de la communauté d'agglomération de Caen la mer (Départements de la Manche et de l'Orne). Pendant les périodes commerciales fortes et spécifiques (Noël, soldes...), le centre commercial accueille des personnes résident au Havre ou dans les départements de l'Eure et de la Mayenne).



«Août est le 4^{ème} mois de l'année où le chiffre d'affaire du centre est le meilleur... L'été, les touristes font plus que remplacer les caennais !! ».

Monsieur MENU
Directeur Mondeville 2

La notoriété du centre commercial Mondeville 2 se traduit par :

- une diversité de l'offre commerciale
- un accès facile
- des places de stationnement nombreuses
- un dynamisme publicitaire

Cependant, pour répondre à des besoins d'une certaine clientèle, des efforts doivent être faits en terme d'accès en transports en commun

Synthèse des débats et des échanges avec le public

Les différentes interventions ont suscité peu de débats et de réactions dans le public. Le débat et les échanges émanent surtout des différents intervenants.

Trois points ont été abordés lors de cette réunion :

- **Faut-il renforcer le niveau d'équipement de Caen-Métropole ?**

Un des débats a porté sur le renforcement du niveau d'équipement de Caen-Métropole. Il a été souligné le poids important et l'attractivité de Caen-Métropole par rapport au reste du territoire bas-normand. (*Me SAINT-YVES, COORACE*). Devant le constat que notre territoire métropolitain porte à lui seul la Basse-Normandie, faut-il alors renforcer Caen-Métropole pour l'attractivité de l'ensemble de la région ou faut-il redistribuer les équipements sur toute la région ? (*M. LEDRAN, Président de l'atelier*).



« Il y a un paradoxe entre le niveau d'équipement de Caen-Métropole et l'attractivité générale de la Basse-Normandie »

M. SAINT-YVES
COORACE

- **Les facteurs d'attractivité à renforcer :**

Trois éléments importants ont été abordés par les intervenants : le développement économique, les transports en commun et le développement durable.

- **Le développement économique :**

Un des objectifs de l'université bas-normande est de développer le partenariat avec les entreprises locales d'ampleur internationale (comme par exemple Philips et France Telecom). Il faut insérer les étudiants dans le monde économique à toutes les échelles : nationale et internationale. Mais, cette insertion dépend surtout du développement économique local (*M. CHAUDHURI, Université de Caen*).



« Il faut analyser le poids économique de l'enseignement supérieur »

M. CHAUDHURI
Université de Caen

- **La mobilité et les déplacements :**

L'accessibilité en transport en commun doit être renforcée afin de répondre à une demande et un besoin de la population, notamment âgée (*M. MENU, Directeur de Mondeville 2*).

Les transports en commun doivent être également adaptés aux événements exceptionnels de type concert. Pour se rendre au Zénith, il faudrait développer des bus charters, utiliser la voie ferrée (en complément du tramway) avec des trains à horaires tardifs et enfin continuer à avoir un aéroport performant (*M. LANGEOIS, Directeur du Zénith*).



« Le vieillissement de la population doit être pris en compte dans les projets futurs »

M. MENU
Directeur de Mondeville 2

- **Le développement durable :**

Il faut prendre en compte le développement durable dans l'amélioration des bâtiments mais également dans les nouveaux projets. Aujourd'hui, Le centre commercial Mondeville 2 a une réflexion sur ce thème : production électrique en toiture, récupération des eaux de pluie, compostage des déchets (*M. MENU, Directeur de Mondeville 2*).

- **Favoriser l'accueil de nouveaux arrivants :**

Tous les intervenants sont d'accords pour dire que le niveau d'équipement de Caen-Métropole est bon, que le cadre de vie de notre territoire est favorable (avec la présence de la mer ou encore la Suisse Normande..) mais que l'on peut encore améliorer l'attractivité de notre territoire métropolitain.

L'accueil de nouveaux arrivants doit donc être pensé dans la globalité et doit répondre aux besoins, à la taille et à la composition familiale.

Une des nécessités doit être d'améliorer les conditions d'accueil des étudiants et des chercheurs. Pour cela, il faut renforcer le développement économique pour que le conjoint puisse également trouver un emploi (*M. CHAUDHURI, Université de Caen*). Il faut également penser aux enfants en proposant des choses et des loisirs adaptés à leur goût (*M. LANGEOIS, Directeur du Zénith de Caen*).



« Avant d'arriver dans une ville inconnue, on regarde ce que propose la ville pour satisfaire tous les membres de la famille ! »

M. LANGEOIS
Directeur du Zénith

Synthèse

Notre territoire métropolitain dispose d'un certain nombre d'atouts : un bon niveau d'équipement structurant, une puissance économique régionale reconnue, une offre sanitaire et éducative performante. Il offre également un cadre de vie agréable, avec notamment la proximité de la mer. Autant d'atouts qui font de Caen-Métropole, une grande métropole régionale attractive.

Pour renforcer son attractivité, d'autres facteurs sont à prendre en considération sur notre territoire : l'accessibilité et le dynamisme économique. En effet, la fluidité des accès automobiles doit être maintenue et la desserte en transports collectifs doit être améliorée pour une clientèle de plus en plus vieillissante.

De plus, l'université bas-normande, en tant que pôle de compétitivité, a un rayonnement qui dépend de son niveau d'excellence. Ce niveau ne peut être renforcé sans investissements importants.

Mais le poids régional dominant de Caen-Métropole soulève la problématique suivante : Doit-on renforcer la métropole caennaise, lui donner une taille critique pour être une « locomotive » ou mieux répartir l'offre urbaine sur l'ensemble du territoire bas-normand dans un souci d'équilibre ?