



Conseil de développement
Compte-rendu de la Commission Économie-Tourisme

Mardi 30 Juin 2016 - Siège du Pays RVGB

Etaient présents :

Aimé BERINGER, Association des habitants RN83
Damien FOUCRE, Chargé de mission ADT68
Jean GOETZ, vice-Président Conseil de Développement
Marc HUSSHERR, habitant
Loïse KOSSMANN, Conseillère d'entreprises CCI Colmar
Jean-Paul MALDONADO, Alsabail
Élodie MERTZ, Animatrice LEADER du Pays RVGB
Gilbert VONAU, vice-Président CCCHR

L'ensemble des supports de présentation et documents sont disponibles sur le site internet du Pays au lien suivant : <http://www.rhin-vignoble-grandballon.fr/pays/commission-economie-emploi-formation.htm>

Ordre du jour

- ✓ Introduction
- ✓ Présentation de la démarche « Territoire et dynamiques économiques »
- ✓ Priorisation des actions de la démarche
- ✓ Conclusion

1. Introduction

La séance est présidée par Monsieur Jean GOETZ, vice-Président du Conseil de Développement du Pays RVGB.

Cette réunion doit permettre de prioriser les 28 actions du plan d'action de la stratégie économique « Territoire et dynamiques économiques » menée par les élus du territoire RVGB (à l'échelle du SCoT) entre septembre 2015 et avril 2016.

Les choix de la commission économie seront proposés aux élus du comité de pilotage économie qui se réunira au courant du mois de juillet 2016.

Monsieur Jean-Paul MALDONADO se chargera de la relecture du compte-rendu.

2. Présentation de la démarche « Territoire et dynamiques économiques »

En septembre 2015, les élus du territoire RVGB ont initié une démarche leur permettant de prendre connaissance des pistes de travail en matière de développement économique. Le développement étant entendu au sens large, et pas uniquement en termes de « foncier » disponible pour l'implantation des entreprises.

La présentation de la démarche et ses résultats, restitués au Paradis des sources le 27 avril 2016, sont disponibles en téléchargement au lien suivant :

<http://www.rhin-vignoble-grandballon.fr/pays/developpement-economique.htm>

Les grandes lignes ont été exposées aux membres de la commission. La commission économie-tourisme ayant été conviée à la soirée du 27/04/16, la plupart des participants avaient déjà connaissance du principe de la démarche.

3. Priorisation des actions de la démarche

Le plan d'action est composé de 28 actions, déclinées en sous-actions. Chacune d'entre-elles à fait l'objet d'un débat constructif et d'une hiérarchisation en terme de priorité de mise en œuvre.

Trois degrés de priorité sont proposés :

++ : forte

+ : moyenne

- : faible

Action		Commentaires	Priorité
1	Construire un tableau de bord	<ul style="list-style-type: none">• <u>Axe fort</u> : il y a peu de partage d'informations entre les communautés de communes.• Centralisation des informations à réaliser au niveau supra-communautaire (Pays/SCoT) en partenariat avec les CC.• <u>Bourse au locaux</u> : éléments existent mais principalement	++

		<p>recensés par des acteurs privés.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Locaux de grande surface</u> : bourse réalisée par la CCI. • Recenser les personnes qui détiennent les informations. • → <i>Difficulté réside dans la mise à jour des données.</i> 	
2	Faciliter l'accès au foncier	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Foncier</u> : Les terrains disponibles pour les prochaines années sont déjà recensés dans le SCoT. • <u>Financements</u> : question prioritaire pour les porteurs de projets : il est important d'avoir un contact direct avec un technicien compétent en matière d'aides possibles. 	-
3	Offre immobilière	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Hôtel d'entreprises</u> : une étude a été réalisée par la CCCHR pour une zone plus large que la CC : aucun besoin avéré. • <u>Pépinière</u> : soutien important car phase de lancement des entreprises. • <u>Espaces innovants</u> : le territoire n'a pas les atouts pour développer ce genre de structures plus utiles dans les grandes villes, à proximité du TGV. <p>→ <i>Toutes les pépinières ont mis en place des espaces de co-working, qui sont principalement utilisés par les entreprises de la pépinière.</i></p>	- + pour les pépinières
4	Préserver l'espace agricole	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Recensement</u> : réalisé dans le SCoT. • <u>GERPLAN</u> : animation et projets importants mais tributaires de financements départementaux. <p>→ <i>Proposition : traduire la partie agricole du SCoT au grand public afin de prendre conscience du volume de friche mobilisable en premier lieu.</i></p>	- + pour GERPLAN
5	Package clé en main	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Cellule d'accueil</u> : animateur ayant une connaissance fine du territoire et des flux de consommateurs. • <u>Elus</u> : mobilisation forte dans la CCCHR. <p>→ <i>Proposition : étendre le modèle CCCHR aux autres CC.</i></p>	++
6	Mobilité	<ul style="list-style-type: none"> • En cours 	En cours
7	Anticiper les besoins des entreprises	néant	-
8	Appartenance au territoire	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien aux associations doit plus être ludique et organisationnel que financier : déjà réalisé. 	- En cours
9	Actions collectives des commerçants	<ul style="list-style-type: none"> • <u>SAM</u> : opération qui fonctionne et qui permet de mettre en relation les entrepreneurs, à renouveler. • <u>Association de commerçants</u> : il faut un noyau dur. <p>→ <i>Proposition : voir association de promotion économique d'Obernai pour exemple.</i></p>	- En cours
10	Impliquer les partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Porteur de projet</u> : est-il prêt à ce que des personnes extérieures donnent leur avis ? • <u>Elus</u> : se doivent souvent de garder la confidentialité des projets des porteurs • <u>Conseil de développement</u> : relais d'opinion. <p>→ <i>Proposition : les élus doivent se rendre disponibles si les porteurs souhaitent les associer</i></p>	-
11	Consulaires	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Partenariats</u> : existent à l'échelle des CC. • Les consulaires sont associés dans les projets, qu'il y ait des conventions ou non. <p>→ <i>Proposition : étendre à l'échelle du Pays/SCoT.</i></p>	-
12	Marketing territorial	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Cabinet</u> : non indispensable, la priorité est de communiquer aux endroits stratégiques. • <u>ADIRA</u> : communique sur les atouts du territoire auprès des entreprises. <p>→ <i>Proposition : aéroport, gares : publicité « flash » du territoire.</i></p>	+ Sans cabinet

13	Portail interactif	<ul style="list-style-type: none"> Action indissociable des actions 1 et 5. 	++
14	Guide d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> Idem action 13. 	++
15	Accompagner le tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <u>Tourisme sous toutes ses formes</u> : lieux attractifs à mettre en valeur. Accueil des touristes : à travailler. → <i>Accompagnement par l'ADT (privé/public).</i> → <i>Générateur d'emplois à l'avenir.</i> 	++
16	Equipements touristiques	<ul style="list-style-type: none"> Complémentaire avec l'action 15. 	++
17	Relations partenariales	<ul style="list-style-type: none"> Idem action 16. 	++
18	Plan de qualité ZA	<ul style="list-style-type: none"> <u>Signalétique</u> : déjà existante. 	-
19	Intégration paysagère	<ul style="list-style-type: none"> <u>Qualité visuelle des entreprises</u> : déjà travaillée lorsque les entreprises déposent un projet de construction. 	-
20	Circuits courts : grand public	<ul style="list-style-type: none"> → <i>Proposition : dynamiser les marchés locaux dans les communes.</i> 	++
21	Circuits courts : collectivités	<ul style="list-style-type: none"> <u>Prestataires</u> : doivent jouer le jeu également et assurer le service de qualité. 	++
22	Fidélisation consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Les collectivités ne peuvent pas se positionner pour les commerçants et artisans. 	+
23	LEADER	néant	+
24	Agriculture à haute valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> <u>Soutien financier</u> : doit permettre aux agriculteurs de poursuivre leurs activités et de « nourrir » le territoire. 	+
25	Energies renouvelables	<ul style="list-style-type: none"> Idem action 24 pour préserver l'environnement. 	+
26	Mutualiser dans les collectivités	<ul style="list-style-type: none"> <u>Animation économique</u> : indispensable. 	++
27	Relation entre les entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <u>Clubs d'entreprises</u> : ne fonctionne pas sur tous les territoires. <u>CCCHR</u> : visite régulières des entreprises. → <i>Quelle forme adoptée ?</i> 	-
28	Liens avec les territoires voisins	<ul style="list-style-type: none"> Il est primordial de créer du lien sur le territoire pour affirmer notre identité entre Colmar, Mulhouse et Strasbourg. 	-

4. Conclusion

Globalement, cette démarche a fait ressortir qu'au-delà de la mise à disposition de foncier pour les entreprises, une animation économique est indispensable pour « attirer, accompagner, conseiller et former les porteurs de projet ». Le travail mené par les membres de la commission économie-tourisme depuis septembre 2015, fait ressortir le même constat.

Le comité de pilotage économie sera informé des actions prioritaires aux yeux des membres de la commission et se positionnera sur les opérations à engager dès septembre 2016. Les choix politiques seront restitués lors de la prochaine commission économie dont la date n'a pas encore été fixée mais qui devrait se tenir au courant du mois de septembre.

MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION !