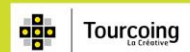




RAPPORT

**ATTRACTIVITE de
TOURCOING**

Février 2017



Comité Economique Environnemental et Social de Tourcoing
100 rue de Lille 59200 TOURCOING

SOMMAIRE

INTRODUCTION p2

PARTIE I :

SITUER L'HISTOIRE ET L'ENJEU p3
LE THEME POUR COMMUNIQUER

PARTIE II :

A. IMAGE ET REALITE, LE PARADOXE TOURQUENNOIS p4 à 9
- LES PARADOXES TOURQUENNOIS
- PASSE, PRESENT, AVENIR : UNE COMPLEXE ARTICULATION
- LA DIMENSION ECONOMIQUE
- LES FREINS DE LA RECONVERSION
- DOUBLE ENJEU : COMMERCE ET CENTRE-VILLE
- L'EVOLUTION NUMERIQUE
- LES REALITES STATISTIQUES
- SAISIR LE DECALAGE

B. DES ATOUTS TROP DISCRETS, DES SYNERGIES EN SOMMEIL p10 à 13
- UN RICHE PATRIMOINE BATI
- LES ASPECTS CULTURELS
- LE MONDE ASSOCIATIF
- LE MONDE SPORTIF

PARTIE III :

LES LEVIERS POSSIBLES POUR RENDRE LA VILLE A NOUVEAU ATTRACTIVE p14 à 17
LEVIER 1 : TOURCOING OU IL FAIT BON « HABITER », OU IL FAIT BON VIVRE AU QUOTIDIEN ET POURQUOI PAS LE NOUVEAU « POLE D'EXCELLENCE RESIDENTIELLE »
- Donner la possibilité du choix
- Agir sur la qualité des critères du choix
- Agir sur le « faire savoir » de cette qualité et de la diversité d'offres
LEVIER 2 : TOURCOING VILLE DE TALENTS
- Les lieux et équipements où s'exercent ces talents
- Les lieux de développement de ces talents (écoles, recherche, innovation)
- Les évènements
- La promotion de ces talents au-delà de la ville
LEVIER 3 : LES ACCES
- Soigner les entrées de ville
- Améliorer le plan de circulation et les modes de stationnement pour faciliter les échanges.

CONCLUSIONS p17

NOS DIX PROPOSITIONS p18

Annexes :

- Les réponses au questionnaire
- Le commerce : analyse, expertises, perspectives, chiffres...
- Le monde associatif à Tourcoing : données, enjeux
- Panorama chiffré du monde sportif, évolutions, organisation
- Le regard métropolitain. Vu de l'agence d'urbanisme
- Le projet pôle gare de Lorient

INTRODUCTION

Rendre une ville attractive... Ardent projet que l'on peut chacun être tenté d'aborder à l'aune de ses propres pôles d'attraction, bien sûr. Le sujet a en tout cas passionné les membres du Comité Economique, Environnemental et Social de Tourcoing, qu'ils soient Tourquennois de longue date ou plus récemment. Sans doute parce que cette commune de presque 96000 habitants possède l'avantage de ne pas laisser indifférent ceux qui y habitent. Et c'est sûrement l'un de ses principaux atouts...

Toutefois, il est indispensable d'abord de prendre en compte la situation géographique, historique, sociologique, économique, sociale et environnementale de la cité pour mieux saisir les enjeux de cette problématique, qui comprend à la fois le souci d'attirer ceux qui n'y vivent pas et ceux qui ont décidé de s'y installer. Car une ville qui ne satisfait pas ses habitants a peu de chance de plaire aux autres...

Il s'agit dans un premier temps de faire le point sur les atouts et les faiblesses de Tourcoing. Le fait même de devoir se poser la question de notre attractivité porte en soi le signe d'une véritable inquiétude. Le démarche s'avère douloureuse pour peu que l'on ne se voile pas la face: nos handicaps sont tangibles, et vus de loin pèsent des tonnes. Il suffit de citer les chiffres pour comprendre.

Le CEEST s'est attaché pour cela à rencontrer des acteurs de territoire tourquennois, à élaborer un questionnaire pour recueillir différents témoignages, à entendre des élus et anciens élus tourquennois, des spécialistes régionaux et nationaux du commerce et des questions de redynamisation des villes moyennes, et à chercher auprès de l'agence d'urbanisme métropolitaine un regard d'experts... de la capitale nordiste.

PARTIE I

SITUER L'HISTOIRE ET L'ENJEU

La formule est connue : tout est dans tout. Il y a profondément de cela dans notre étude. Activité économique, commerce, animation, sport, culture, loisirs, offre immobilière et infrastructures, écoles, environnement, tout concorde à l'attractivité d'une ville, mais il faut proposer une idée qui mette en musique tout cela, en objet de désir, que la communication peut sans cesse relancer.

LE THEME POUR COMMUNIQUER

« **Tourcoing une ville à vivre** », un moment prôné au début des années 2000 avait tout son sens. Les éléments d'une réalité tourquennoise attachante sont réunis dans cette évocation de ce que peut offrir une ville à ceux qui s'y arrêtent. Et ceux qui décident d'y vivre.

« **Tourcoing la créative** », choisi ensuite, ne manque pas d'intérêt. Il s'en crée en effet nombre de choses dans notre cité.

Ces deux concepts reposent sur une trame réelle de la ville, avec son aspect antinomique.

- La **Tourcoing villageoise**, avec son appartenance de quartier, son centre, son habitat majoritairement de maisons alignées, son calme revendiqué, est plébiscitée par ceux qui y vivent. Les Tourquennois apprécient « **la discrète** ». Mais cela n'en fait pas un créneau spectaculaire de notoriété.

- **La créative**, fidèle à son, passé artisanal, a son goût du travail bien fait laissé en héritage par tant de générations précédentes, est aussi incontestable. Mais pas toujours visible.

Et surtout dispersée.

De la Plaine image au CETI, du Fresnoy au MUBA, du conservatoire à l'Atelier Lyrique, du Théâtre du Nord à la Virgule, de l'Ecole Supérieure d'Art au Grand Mix, des serres pédagogiques du jardin botanique aux ruches d'entreprises, de l'IMA au projet d'un centre de mémoire textile, la créativité est partout. Il lui manque une bannière regroupant tant d'énergie et d'innovations.

PARTIE II

A - IMAGE ET REALITE

LE PARADOXE TOURQUENNOIS

Des différentes rencontres et travaux effectués pour la rédaction de ce rapport, se dégage de façon assez unanime, de la part des habitants mais également de personnes extérieures, le sentiment commun d'un décalage entre le potentiel, la réalité et l'image trop souvent critique voire négative de la ville. Ce phénomène, qui laisse souvent interrogatif et par lequel "Tourcoing reste un mystère" pour certains, même pour les plus avertis, demande à être clarifié.

A partir de questionnaires, d'interviews et d'échanges, nous avons essayé de mieux cerner ce regard porté sur la ville, les attentes éventuelles, les interrogations. A partir de quels leviers internes dans un premier temps, un renversement d'image peut-il s'opérer? Quel est (sont) le(s) point(s) de blocage? Comment l'expression souvent confidentielle d'un fort attachement à la ville, d'une reconnaissance non claironnée de ses attraits, peut-elle (re)devenir une ressource en termes d'image et d'attractivité?

Si l'attractivité dépend de nombreux facteurs comme cela a déjà été évoqué, nous avons retenu pour cette partie deux entrées principales. Ce choix correspond à deux thématiques emblématiques de l'interdépendance des différentes sources d'attractivité. Nous nous pencherons donc plus particulièrement sur les dimensions résidentielles et économiques. Chacune d'elles est à la fois alimentée et conditionnée par d'autres aspects (culturels, sportifs, associatifs, éducatif...) déterminants pour l'attractivité.

La volonté d'avoir sur ces deux dimensions des éléments plus objectifs et des analyses plus étayées répond à la volonté initiale de comprendre, avec plus de précision, les raisons du déficit d'image et du sentiment pesant de ne pouvoir s'en dégager. De plus, ces deux aspects sont également hautement stratégiques et nous placent directement dans la

difficile question du renversement de tendance qui semblerait malgré les efforts ne pas s'engager lisiblement sur notre commune.

Mieux comprendre la trame de l'histoire, expliquer la situation actuelle au delà de débats partisans et poser quelques pistes pour dégager des perspectives. Voilà l'exercice lucide et stimulant que nous proposons face aux descriptions souvent (trop) sombres du paysage tourquennois.

Sur la base d'échanges réalisés avec des habitants, nous avons cherché à identifier les critères qui président aux choix d'installation dans une commune ou les attentes fortes en termes de qualité de vie. Bien sûr, celles-ci sont diverses et chacun a ses critères prioritaires. Toutefois se dégagent dans la diversité des réponses, des éléments convergents. L'ambiance, le cadre de vie, l'animation, l'identité propre de la ville, ses offres, la qualité de vie et l'environnement, la vie sociale et sa diversité, la praticité de ses offres représentent à des degrés divers mais de manière systématique les éléments de cadre demandés.

Si l'on regarde de près l'ensemble des réponses, Tourcoing rassemble une majorité des attendus. Bien sûr, pour des raisons qui s'expliquent, nous y reviendrons, certains domaines ne sont pas à la hauteur des attentes. Ils ne sont, à l'évidence pas négligeables, mais sont largement minoritaires au regard des aspects recherchés. L'offre éducative, culturelle, de services, associative, sportive, patrimoniale correspond à des attentes fortes. Elle est largement présente et souvent de qualité. Nos voisins proches ne s'y trompent pas et profitent souvent pour eux mêmes et pour leurs enfants de cette offre très riche. A l'évidence, nous ne capitalisons pas assez sur ces points forts et sur ce plan « Tourcoing la discrète » mérite bien sa réputation.

Les paradoxes tourquennois

Cette première approche qui nous permet de mieux cerner ce que doit rassembler une ville attractive d'un point de vue résidentiel a été complétée et précisée plus spécifiquement pour Tourcoing par l'expression d'habitants issus de différents quartiers. Ces entretiens et d'autres échanges déjà évoqués, confirment les éléments mêlés d'attachement et de ressentis nostalgiques. Régulièrement reviennent, un "c'était mieux avant" et un "il y avait" en particulier sur l'animation, le lien social et l'offre commerciale de proximité. Emerge également un paradoxe sur la vie de quartier. Un attachement à la fois très fort que l'on pourrait qualifier de viscéral à Tourcoing, mais une sensation d'enfermement, voire de cloisonnement ou de défiance et de perte de valeurs collectives.

Le manque de mobilité est également évoqué. Un centre ville complexe d'accès et peu attractif. L'avis partagé sur l'importance du commerce de proximité pour le lien social et sur la vie de quartier. La concurrence d'autres espaces plus performants est évoquée (Lille, Leers, la Belgique). L'expression également, même si elle n'est pas majoritaire, d'un sentiment de dégradation du patrimoine qui donne l'impression d'une transformation négative. Le manque d'information sur la vie de la cité et moins de mixité dans les événements qu'à Roubaix par exemple. Face à ce ressenti porteur d'un « c'était mieux avant s'exprime », dans le même temps, parfois pour les mêmes personnes, un fort attachement et le sentiment majoritairement partagé de transformation d'une ville qui bouge et qui s'embellit.

Habitants d'une ville au passé industriel glorieux, les Tourquennois se raccrochent parfois à une image qui n'est plus mais dont subsistent entre autres, de nombreux éléments architecturaux, une organisation urbaine et sociale très spécifiques. Pourtant, la présence et la force de ce patrimoine physique et humain même fragilisé ne peut pas être qu'un élément de nostalgie, ou de faiblesse. Dans ce domaine, bien d'autres éléments existent qui laissent interrogatifs face à ce déficit d'image ou plus précisément ce manque de clarté dans un positionnement et une identité peu ou mal définie.

(Voir Annexe 1)

Passé, présent, avenir : une complexe articulation

A Tourcoing, les références au passé nous entraînent trop souvent dans des comparaisons qui ne facilitent pas une démarche permettant de valoriser l'existant. Face à ce réflexe un peu nostalgique pour beaucoup de tourquennois, en particulier ceux de longue date, il pourrait sembler utile de mener un travail d'inventaire des ressources et des atouts issus ou non du passé qui forment la réalité actuelle de la ville. Ces potentialités sont les leviers existants d'une attractivité à renforcer et les points d'appui de dynamiques à inverser.

La dimension économique

Si les références au passé nous enferment trop souvent dans l'évocation de points négatifs, de regrets et ne facilitent pas une projection optimiste vers l'avenir, la question économique semble particulièrement révélatrice de cet état de fait. Là encore, la compréhension du cheminement qui nous amène à la situation actuelle doit être l'occasion de sortir d'une vision qui pourrait faire porter à notre ville des maux qu'elle concentrerait spécifiquement.

L'effondrement de l'industrie textile est une réalité spécifique à notre ville ou tout au moins à notre territoire, et reste l'élément majeur de la crise qui nous a bouleversés. Toutefois d'autres réalités, plus générales, structurelles, touchant l'ensemble des villes moyennes en France s'ajoutent et se combinent à la difficulté. Même si sur ce point Tourcoing a mieux résisté que d'autres villes, notre cité s'est paupérisée. Les marges budgétaires de la commune sont faibles et au delà des choix qui peuvent être faits, cette réalité est importante à mesurer. Elle justifierait à elle seule une réflexion sur l'attractivité afin d'attirer de nouvelles ressources.

Pour expliquer la baisse d'activité globale, il faut également prendre en compte l'évolution de la répartition des populations et des flux. Depuis les années 50, il y a une organisation des villes et des activités autour de la voiture avec une mobilité plus facile qui explique également ces phénomènes. Il existe donc aujourd'hui des centralités nouvelles et les flux accompagnent ces mouvements. Les populations plus aisées, ne sont plus aussi présentes dans le cœur des villes moyennes.

Entre l'attractivité pour le milieu rural et les grosses villes qui concentrent les richesses, les villes moyennes (20000 à 100000 h) possèdent des statistiques plutôt défavorables. Dans l'ensemble, les habitants y sont plus âgés et plus pauvres, on y constate une baisse de la population et un habitat plus ancien. Ces éléments ne sont pas négligeables.

Au delà de l'évolution des flux et de leurs effets induits, ils peuvent aussi expliquer, pour Tourcoing, cette forte dégradation d'image. Déjà durement touchée par la crise du textile, le mouvement des populations vers la périphérie et en l'occurrence vers les petites villes limitrophes s'est ajouté à cet effondrement et a probablement augmenté le contraste en termes d'image et de cadre de vie. Il a probablement favorisé à la fois un regard critique venant de l'extérieur et un sentiment renforcé à l'intérieur de dégradation, entretenant morosité et perte de confiance. Effectivement cela fait beaucoup pour une ville et ses habitants, et il existe un lien probable entre ces transformations structurelles et la position paradoxale d'attachement à la ville associée à un regard désabusé voire parfois résigné et nostalgique.

Les freins de la reconversion

On perçoit à ce stade, la difficulté matière de reconversion économique. Des friches industrielles en grand nombre, couplées, entre autres, à un déficit d'image... Si les friches peuvent être un atout permettant des perspectives de développement, il est certain que les lourdeurs administratives pèsent terriblement sur la durée des reconversions.

La démarche « Territoire de projets » lancé par la MEL propose à cet effet d'identifier les grands territoires en devenir. Elle a pour objectif de fédérer sur ces secteurs les différents acteurs publics et privés autour d'objectifs communs, et d'ainsi faire converger les projets vers une ambition cohérente à l'échelle métropolitaine. Espérons que dans l'avenir elle permettra des réponses plus rapides et plus adaptées aux besoins d'évolution des territoires. Il est plus difficile d'inverser des tendances quand les dégradations se sont inscrites dans le long terme mais sachons faire de ses possibilités de développement des atouts. En ce sens, les compétences nouvelles de la communauté urbaine amènent une transformation de l'état d'esprit des élus. Chacun prend conscience que le développement des villes est interdépendant.

Sur le plan industriel, Tourcoing doit poursuivre sa reconversion mais a effectivement un important travail d'image à gérer à l'extérieur. Il n'y a pas d'identité bien marquée pour promouvoir et faire s'exprimer les savoir-faire. Il y a beaucoup à faire en termes d'attractivité. Pour attirer les acteurs économiques sur la ville, les aspects culturels, sportifs, l'image même de la ville sont des éléments déterminants.

Tourcoing rassemble néanmoins 4000 entrepreneurs dont la moitié de TPE/PME. Les réussites existent mais le réflexe industriel de la discrétion pour éviter les fuites vers la concurrence reste fort. Pour développer une dynamique sur ce secteur, la ville a décidé de créer un club d'entreprises. L'objectif est de consolider les entreprises en place et de sédentariser un maximum de salariés. Cette initiative vise une nécessaire mise en synergie des activités existantes. Même s'il n'existe pas actuellement d'étude sur l'évolution de la répartition des activités par branches, l'industrie est toujours présente, les centres de téléphonie se développent. A noter que la gare reste un endroit particulièrement stratégique pour l'accueil d'entreprises, d'accès à la zone de l'union et de positionnement plus général de la ville sur le plan des dessertes nationales et internationales.

Double enjeu : commerce et centre-ville

En matière d'activité économique, le commerce et le centre ville en particulier sont également emblématiques d'une réalité qui malheureusement ne touche pas que Tourcoing mais l'ensemble des villes moyennes. Sur ce plan le schéma est le même, l'effondrement de l'industrie textile est la première cause de baisse d'activité mais, là encore, il faut regarder les tendances de fond, vraies pour l'ensemble du territoire et toujours, plus durement encore, pour les villes moyennes. Le chiffre d'affaire se concentre désormais à la périphérie des villes dans des surfaces commerciales plus volumineuses. L'organisation du commerce évolue donc avec des surfaces qui coûtent de plus en plus cher avec un rendement moins bon. Ce qui compte étant la marge entre l'achat et la vente, il y a intérêt à négocier des surfaces plus importantes pour négocier de mieux en mieux le prix d'achat initial.

Face à ces réalités, l'impact d'internet souvent évoqué est relatif car il y a porosité entre un commerce physique qui peut renvoyer sur le net mais le mouvement inverse est également vrai. On découvre sur internet et l'on fait ses achats dans les magasins. De manière générale, la vacance commerciale est très sensible dans les centres villes. La réalité structurelle nationale décrite dans les paragraphes précédents, trouve malheureusement son illustration dans la réalité de notre centre ville. Pour appréhender cette situation, il faut d'abord regarder avec lucidité l'évolution conjointe des centres villes et des mouvements de population qui de fait, expliquent effectivement assez clairement notre situation.

L'évolution numérique

Dans ce contexte en pleine évolution, on ne peut penser répondre à cette difficile question avec un regard passéiste et nostalgique. Une page se tourne, et de plus en plus vite au regard des évolutions. Le centre ville historique ne retrouvera pas son dynamisme sur les bases et avec les recettes d'hier. Les fonctions du cœur de centre se sont installées en dehors, les activités tertiaires par exemple. Les activités médicales et paramédicales sont de gros générateurs de flux. La perte de ces activités ou leur délocalisation provoque une désertification encore plus importante ce qui est également vrai pour les autres activités de service. Les métiers bancaires, les assurances vont partir ou réduire leur présence en raison du numérique et cela va également contribuer au retrait des flux nécessaires à l'activité. Moins de travailleurs et moins d'usagers. Cela est également vrai pour les services publics locaux en raison des accès internet plus performants et de la dématérialisation qui se développe. La question des accessibilités est bien sûr fondamentale avec notamment la logistique du dernier kilomètre. Comment faire en centre ville? La voiture électrique arrive, le rapport même au véhicule change avec une distinction entre l'usage et la propriété.

Ces réflexions pourraient sans doute être complétées, nuancées, mais il semble qu'elles exposent les mutations fondamentales de l'activité commerciale. On le voit, plusieurs révolutions sont en marche et impactent profondément l'ensemble des activités commerciales. **(voir annexe 2)**

Les réalités statistiques

Pour toutes les raisons évoquées Tourcoing est durement touchée. Les éléments rapportés confirment qu'il est nécessaire sur ce plan de sortir de débats parfois trop partisans ou de réponses ponctuelles qui ne peuvent répondre que partiellement et momentanément aux mutations actuelles.

Là encore, Tourcoing souffre mais là encore, précisons cette réalité pour mieux la comprendre et tenter de dégager des perspectives. Troisième ville de la Région en population, avec 95650 habitants, et treizième pour son offre de services de proximité (hors périphérie proche). Il y a là un premier décalage.

Une population à faible pouvoir d'achat. Un Indice de richesse vive faible et une dépense commercialisable inférieure à la moyenne régionale, sixième ville la plus pauvre de France. Un faible niveau de consommation interne, une faible attractivité et une évasion commerciale importante. Un pôle tertiaire et d'emplois peu attractif par rapport à la taille de la ville et à sa place dans la Métropole des apports extérieurs faibles (Lille plus de 100000, Roubaix plus de 35000, Villeneuve plus de 35000, Tourcoing moins de 20000). Manque d'équipements structurants à l'échelle métropolitaine. Une offre commerciale banale, une concurrence extrême....

On pourrait à la lecture de cette description sur ce thème emblématique et face au contexte décrit précédemment, se dire que la tâche est trop difficile, que la cause est entendue...que l'attractivité est désormais pour Tourcoing une inaccessible étoile... **(Voir annexe5)**

Saisir le décalage

La démarche qui guide ce rapport ne se nourrit à l'évidence d'aucun angélisme. Une meilleure compréhension de la situation actuelle très fragile de notre ville, c'est aussi une meilleure compréhension du décalage, déjà évoqué, ressenti souvent par ses habitants et par des personnes extérieures entre le déficit d'image, le désamour et la réalité. Cette incompréhension porte en elle, une partie de la réponse, car au delà de toutes les difficultés spécifiques, structurelles, nous l'avons vu, dans bien des domaines, Tourcoing reste Tourcoing et l'énergie de la ville, au contraire de son industrie, ne s'est pas effondrée.

Sa structure urbaine qui est celle d'une grande ville, son réseau de transport, son potentiel humain avec sa jeunesse et une mixité mieux préservée qu'ailleurs sont des piliers toujours présents. Sa force associative, son dynamisme culturel, sa richesse sportive, son offre éducative, son patrimoine exceptionnel, l'attachement de ses habitants à la vie de leur quartier, toutes ces réalités nous montrent que les points d'appui sont nombreux.

Il y a là assurément une partie de la réponse et les possibles chemins à emprunter pour permettre à Tourcoing d'oser se penser sans retenue non pas comme ville du passé mais comme ville d'avenir.

B - TOURCOING, DES ATOUS TROP DISCRETS, DES SYNERGIES EN SOMMEIL....

Maintenons le fil, revenons de suite sur le centre-ville et le commerce. Situation ô combien difficile, nous l'avons vu, désespérée? NON, les atouts existent et ils sont importants. Un vrai centre-ville historique qui pourrait être agréable, une offre en stationnement importante, qualitative et peu chère, des marchés non sédentaires importants, une vocation de centre-bourg, la proximité d'une population à fort pouvoir d'achat et de la Belgique, une population importante et jeune, un potentiel de développement économique (Numérique, Image, Tertiaire...). Ce premier domaine complexe caractérise ce que nous retrouverons pour les autres que nous allons évoquer. Il nous faudra, et nous aborderons ce point dans la troisième partie, identifier les leviers qui pourraient contribuer à accélérer le renouveau de la ville, son inversion d'image et son attractivité.

Un riche patrimoine bâti

On retrouve dans le Tourcoing actuel, sur les plans urbains et architectural une grande partie de l'histoire de notre ville. Si l'industrie textile s'est effacée et avec elle de nombreuses activités, la ville conserve sa structure et l'ensemble du patrimoine bâti qui est d'une grande richesse. Si les transformations successives de la ville n'ont pas permis de conserver de grands secteurs "historiques" de nombreux bâtiments ou secteurs sont à découvrir. Citons entre autres, la mairie, l'église Saint Christophe, la chambre de Commerce, l'Hospice d'Havré, Notre-Dame-des-Anges, les monuments aux morts, la chapelle rénovée de l'école Saint Louis avec ses vitraux restaurés.

Sur le plan des bâtiments Industriels : les cheminées, conservées et mises en valeurs, de nombreuses transformations d'usines en lofts. Dans le domaine privé, les nombreux hôtels particuliers : rue de Lille, Nationale, Gand, Gambetta.....La villa Paula qui accueille des chambres d'hôtes est un exemple de ce patrimoine qui retrouve aujourd'hui une nouvelle destination.

Des rues de qualité : Myron Herrick, bd Gambetta, Descat, Egalité, Désiré Six, Alfred Desplanque, Saint Louis, les bourloires, la maison de Jules Watteuw. Il existe également un patrimoine plus simple mais intéressant rue de Mézières, Hippodrome, avec des rangées soignées et un habitat ouvrier qui restauré et valorisé témoigne de l'histoire et redevient qualitatif.

Des éléments plus discrets mais d'une grande richesse comme les vitraux colorés de façades sur les portes et/ou les fenêtres. La récente inauguration de l'IMA dans l'ancienne piscine est un exemple de valorisation de ce patrimoine que nous connaissons dans son ensemble trop peu.

Les aspects culturels

Tourcoing possède sur le plan culturel et dans différents domaines des structures et des espaces de renommées nationale et internationale. La richesse et la diversité de ces activités sont à l'évidence un atout pour la ville. La encore, il semble que l'adage " nul n'est prophète en son pays "caractérise bien notre situation. La remarque faite pendant les entretiens que nous avons menés semble révélatrice de ce mystère tourquennois" au Grand Mix, on n'a pas l'impression d'être à Tourcoing". Ce même sentiment nous a été révélé au sujet du festival de Jazz. Comme si l'excellence était forcément en décalage avec le regard et le sentiment portés sur la ville. L'excellence avec l'atelier lyrique qui donne d'abord ses spectacles à Tourcoing puis à Paris ou Versailles. La diversité avec nos théâtres, Raymond Devos, la Virgule, le théâtre du nord, le festival « entre couleur et jardin ». Nos musées le MUBA Eugène Leroy, musée du 5 juin, l'IMA. Il faut également citer les nombreuses harmonies, le carillon, les expositions à l'hospice d'Havré. Le conservatoire, l'EF2M, le Fresnoy, école internationale, mondialement connue, les cinémas, les médiathèques, les archives municipales, la galerie Nadar....A cette liste non exhaustive, on doit ajouter l'ensemble des manifestations (nuit détonante, allumoirs, géants....) et initiatives portées par le monde associatif et les structures sociales de quartier. Face à ce foisonnement, on ne peut s'empêcher de ressentir cette image de la discrétion souvent attachée à notre ville. Cette dimension culturelle est un atout à l'évidence atout résidentiel pour les tourquennois mais également un potentiel d'image et d'attractivité pour l'extérieur.

Le monde associatif

Atout particulièrement sensible à Tourcoing, la vitalité toujours maintenue d'un tissu associatif exceptionnel : 1250 associations à ce jour ! Une maison des associations indépendante qui regroupe plus de 500 d'entre elles. Outre leur importance comme « tisseuses de lien », elles devancent, accompagnent, complètent l'action de l'Etat et des collectivités publiques dans les domaines sociaux, humanitaires, sportifs, culturels, éducatifs, patrimoniaux.

Le fait associatif est inscrit dans les gènes de Tourcoing. Les nombreux bénévoles investis sur la ville en font battre son cœur A Tourcoing, plus qu'ailleurs, la ville cultive **une vitalité associative hors norme**.

Les chiffres que l'on retrouve en annexe le montrent bien. Tourcoing aime les associations et celles-ci lui rendent bien. Chaque année, ce sont plus d'une soixantaine d'associations qui se créent à Tourcoing. **Petites ou grandes**, associations de quartier, culturelles, sportives, caritatives... A chaque centre d'intérêt son association.

Dans le contexte actuel de chômage, il est à noter que le **tissu associatif** participe aussi à **l'économie du territoire**.

En 2014, 14,5% de la masse salariale distribuée à Tourcoing l'a été dans le milieu associatif (7,3 % dans la métropole)

On compte 176 associations employeuses sur Tourcoing, 4114 postes salariés (qui représentent 3464 équivalents temps plein).

Ce sont des emplois de proximité, ancrés sur le territoire, non délocalisables pour la plupart.

En parallèle, le secteur compte de nombreux bénévoles qui **s'investissent chaque année** dans une ou plusieurs associations... un potentiel de relation à nouer, d'amitiés à naître non négligeable, **un renfort de lien social indispensable**.

Dans une ville avec plusieurs quartiers classés en Politique de la Ville, la promotion des valeurs de la République passe en grande partie par le milieu associatif.

Tourcoing est une ville attractive au niveau associatif :

- Attractivité en terme d'offre de services et de loisirs pour tous les âges (seniors, enfants, famille, petite enfance), pour toutes les envies (Education, Action humanitaire, Formation, Action sociale, défense des intérêts économiques, Environnement, culture, opinion, insertion, santé, loisirs, défense des droits, sport, vie et développement local).

Il suffit de se plonger dans le répertoire édité par la MdA pour en voir toutes la diversité

- Attractivité en terme de possibilité d'engagement et de bénévolat.
Beaucoup d'associations « tête de réseau » se retrouvent à Tourcoing (restos du cœur, Emmaüs, Secours populaire, centres sociaux/MJC, COTEC, ...)
De nombreux jeunes retraités des villes avoisinantes (Neuville, Roncq, ...) qui souhaitent **trouver un investissement** le font sur Tourcoing.
Les plus jeunes ne sont pas en reste **avec la MdA jeunes**, dispositif unique en France qui permet aux plus jeunes de s'engager et de s'investir notamment par le biais du dispositif des « Juniors associations »
- Attractivité en termes de services aux associations (avec la Maison des Associations notamment) avec les formations qu'elle délivre et les projets inter associatifs qu'elle développe.

De plus, Tourcoing rayonne au niveau associatif, au-delà du territoire.

La MdA de Tourcoing a été à l'initiative de la création du Réseau National des Maisons des Associations, et elle co-anime les Points d'Informations à la Vie associative de la région Hauts de France.

Enfin, La diversité de Tourcoing, les différentes cultures qui composent la ville sont une richesse dont, s'il fallait le démontrer, la variété associative est la preuve.

Que ce soit pour trouver une activité de loisirs, se former en tant que bénévole, s'investir dans un projet, donner du temps, Tourcoing est attractive par l'offre associative qu'elle propose. **(voir annexe 3)**

Le monde sportif

Facteur de nombreuses vertus et de liens sociaux, le sport est un élément essentiel de notre vie en société. Il doit l'être particulièrement dans notre commune au vu de sa population jeune sans bien évidemment négliger les autres tranches d'âges. Cette volonté municipale vers sa population est relayée par l'office municipal des sports ainsi que par les clubs qui assurent cette structure et sa mise en place. A Tourcoing, le rôle de l'O.M.S est fondamental. Notre ville compte soixante clubs pour neuf mille adhérents et trente deux 32 disciplines sportives. A partir de 2 ans pour l'éveil du sport jusqu'aux seniors dans des disciplines d'entretien. L'Accessibilité aux équipements est forte, de nombreux terrains et salles sont situés au cœur de chaque quartier permettant ainsi la pratique des entraînements et des compétitions avec un minimum de déplacements. De nombreuses disciplines sportives sont représentées. Les activités d'extérieur (football, athlétisme, rugby) ainsi que les sports traditionnels de salle (basket, volleyball, arts martiaux) sont bien présents. A noter le nombre important de licenciés fréquentant le stand de tir national.

Beaucoup de clubs tourquennois ont une notoriété importante. L'ensemble des clubs assure et se doit de contribuer à la progression des qualités sportives de l'individu. Ces associations possèdent en général une école de sport encouragée financièrement par l'O.M.S. Dans certaines disciplines, des clubs phares tourquennois sont ensuite amenés à assurer le suivi de leurs joueurs afin de les conduire vers des compétitions plus élevées. Notons pour les clubs de haut niveau la présence de neuf associations évoluant sur la totalité du territoire national dans des divisions d'élite : UST Athlétisme, le Centre d'initiation à l'escrime, le lutteur club, le TLM volleyball, Les enfants de Neptune Water Polo. En compétition sur la zone Nord : La St Michel basket, L'USTF Football/le Tg handball/le hockey club du Fresnoy. L'ensemble de ces clubs de par leurs déplacements assurent notre communication nationale de même que les formations visiteuses en compétition sur notre commune.

Les équipements sportifs sont nombreux et de qualité. Les salles et terrains actuellement en activité répondent aux normes établies par les fédérations. Notons 23 complexes sportifs avec 50 surfaces de jeu dans les plus importantes disciplines. Aussi 7 sites de terrains avec 13 aires de jeu. Tourcoing les Bains, le stand de tir national, le tennis Ma Campagne. La salle Léo Lagrange en centre ville dispose d'équipements corrects et possède une capacité de 3000 personnes. Un véritable atout.

L'attrait du sport en général sur notre commune est conforme à une moyenne nationale. Près de 10% pour les sports fédérés. Toutefois des activités sportives sont aussi présentes sur d'autres structures municipales et sur la MDA particulièrement en loisirs et dans des disciplines plus "douces." La Métropole Lilloise a également souhaité regrouper les forces vives du sport. L'élite de l'Athlétisme se trouve sur Lille tout comme le Water Polo provoquant pour une partie cet affaiblissement. Le Water Polo pourrait sous réserve d'une nouvelle homologation retrouver Tourcoing les Bains l'année prochaine.

La communication sur le sport devrait être plus efficace, elle doit s'appuyer sur le site informatique de la ville, la maison du tourisme, la MDA, le service des sports. Il est aussi nécessaire de faire travailler toutes ces structures en synergie afin de montrer la volonté et le dynamisme de notre ville en ce domaine. **(Voir annexe 4)**

PARTIE III

DES LEVIERS POSSIBLES POUR RENDRE LA VILLE A NOUVEAU ATTRACTIVE ET REGAGNER LA CONFIANCE (LA FIERTE DE SES HABITANTS)

Propos liminaire : Si un levier est, ce qui sert à soulever, à mouvoir et surtout à surmonter les résistances, il sera important non seulement d'avoir connaissance et analyser objectivement quelles sont ces résistances, mais aussi parallèlement réfléchir sur les moyens se donner pour réduire ce qui fait résistance et au contraire valoriser et optimiser les atouts de Tourcoing.

Nous proposerons trois leviers qui sont indissociables et interactifs et doivent être pensés, organisés, développés les uns **avec** les autres ou, en même temps que les autres, mais surtout pas les uns après les autres.

- La qualité résidentielle (déjà reconnue par certains)
- Les talents qui se développent à Tourcoing (culturels, artistiques, sportifs, de générosité, d'innovation...), plus nombreux qu'ailleurs et pourtant méconnus
- La mobilité, les accès, les entrées de la ville et tout ce qui pourrait la rendre pratique, fluide et interactive

Levier 1 : Tourcoing, où il fait bon « habiter », où il fait bon vivre au quotidien et pourquoi pas le nouveau « pôle d'excellence résidentielle »

Lorsque l'on choisit d'habiter quelque part, on choisit un lieu de vie et pas simplement un logement. Le levier sur lequel il faut agir est de faire en sorte que chaque lieu d'habitat réponde à toutes les fonctionnalités nécessaires au bien vivre. Or Tourcoing en possède déjà beaucoup et il suffirait de les développer, mieux les coordonner et bien sûr le faire savoir.

Rappel : Différentes fonctionnalités sont présentes dans la notion d' « habiter ». Celles-ci relèvent à la fois des liens entre les citoyen-habitant et son territoire, et des liens entre le citoyen-habitant et son logement. De plus certaines fonctionnalités relèvent aussi de choix de société et de choix individuels (ou contraintes), qui ne sont pas les même tout le long de la vie.

« Habiter » c'est :

- . Se loger (qualité du logement, chauffage, bruit, dimensions, coût global...)
- . résider (travailler, se détendre, faire ses courses...)

- . vivre dans son territoire. Chaque habitant citoyen a une pratique d'un territoire qui lui est propre en fonction de ses modes de vie (loisirs, activités familiales, culturelles, culturelles...)
- . avoir des liens citoyens avec ce territoire, vivre dans une communauté, vivre avec les autres, son voisinage, (engagement associatif, politique ...ou pas...),
- . avoir un impact sur la planète, consommation énergétique (chauffage, alimentation,...coûts d'usage), avoir un logement dont la construction a induit des dépenses et coûts énergétiques (matériaux, construction, réemploi...)

Aussi pour que Tourcoing devienne un véritable pôle d'excellence résidentielle, il faudrait agir suivant trois axes :

- Donner la possibilité du choix : choix entre les territoires, choix du moment, choix d'habiter, qui relève de l'affectif et permet le « bien vivre ensemble ».

Permettre une offre diversifiée :

 - d'habitat, (petit, grand, individuel, collectifs, logements sociaux, maisons de maître,...)
 - de type de quartier, de mixité sociale, (centre ville, résidentiel, populaire,...)
 - d'offres de services et de commerces aux habitants :

Exemple : Tourcoing a une **offre exceptionnelle en terme d'enseignement**, par la diversité de ses écoles, collèges, lycée (publiques, privés, scientifiques, littéraires, ou d'apprentissage). En revanche **l'offre commerciale s'est dégradée d'année en année** depuis plusieurs décennies.
 - penser aux besoins tout au long de la vie (étudiant, travailleur célibataire, famille, séniors....)
 - d'emplois lorsque des entreprises viennent s'installer à Tourcoing. Il faut des emplois pour toutes les catégories socio-professionnelles.
 - d'offre de services aux entreprises et à ses employés, aux personnes qui y travaillent. (facilité d'accès, restaurants à midi à tous les prix, possibilité de faire ses démarches administratives, ses courses notamment lors des pauses méridiennes.

- Agir sur la qualité de tous les critères de choix (cités ci-dessus). Lorsque l'on choisit un lieu d'habitation les critères de choix sont multiples et c'est sur l'ensemble de ces critères que l'on devra agir et travailler sur leur qualité et l'adaptation à la demande et au besoin pour que Tourcoing devienne un « pôle d'excellence résidentiel ».
 - En ce qui concerne les logements : aide (en termes de conseil) à la rénovation, veille à la qualité des nouvelles opérations de logements, veille à leur qualité dans le domaine des économies d'énergie
 - En ce qui concerne les quartiers, conforter leur identité, dans le cadre des nouveaux projets immobiliers
 - En ce qui concerne l'environnement humain et le vivre ensemble faciliter la vie des associations de quartiers ou les animations à l'initiative des habitants
 - En ce qui concerne les services : veiller au maintien de services, commerces et équipements de proximité dans tous les quartiers, et bien sûrs tout particulièrement dans le centre ville

- Agir sur le « faire savoir » de cette qualité et diversité d'offres

Levier 2 : Tourcoing ville de talents (culturels, artistiques, sportifs, de générosité, d'innovation...)

Pour que les talents qui existent deviennent un véritable levier d'attractivité, on peut agir suivant quatre axes :

- Les lieux et équipements où s'exercent ces talents
 - Sportifs
 - Culturels
 - De solidarité, Associatifs (*voir chapitres précédents*)

Sans créer forcément de nouveaux lieux, donner les moyens à ces lieux existants, développer leur action et **les faire interagir les uns avec les autres**

- Les lieux de développement de ces talents, écoles ou lieux de recherche et d'innovation
 - Le Fresnoy, qui est mieux connu à l'international qu'au local
 - La plaine Image et l'Imaginarium lieu de synergie, de confrontation, de stimulation et d'échanges de bonnes pratiques
 - L'ESA, dont la collaboration avec les lieux muséographiques de la ville est à développer et faire savoir
 - Le Conservatoire de musique et l'EF2M, tous deux pépinières de talents musicaux de genres différents,
 - L'école de tourisme,
 - L'IUT Lille 3, un morceau d'université en ville méconnu
 - Le CETI lieu de recherche qui devrait attirer des entreprises innovantes misant sur des poches de commercialisation à l'échelle de l'Eurométropole.

Ce sont des lieux dont la gestion et l'organisation ne sont pas de la compétence de la ville. Toutefois la collectivité peut créer des synergies entre ces lieux en créant des passerelles, facilitant des partenariats, des actions communes, et les faire connaître.

- Les événements
 - au rayonnement régional comme le festival jazz, par exemple
 - les événements populaires ponctuant les saisons :
 - La nuit détonnante clôturant en général les fêtes des allumoirs tout le long de l'automne dans les quartiers
 - La St Nicolas
 - La fête des géants
 - Tourcoing plage

Que ces événements soient le moment et l'occasion de promouvoir les talents, les qualités de la ville et la fierté de ses habitants.

- La promotion de ces talents au-delà de la ville et de la métropole avec les acteurs, les habitants et les différents niveaux de collectivités (Etat, Région, MEL-, ville). Des partenariats peuvent être mis en avant avec d'autres communes ou régions pour partager les bonnes pratiques et le faire savoir dans le cadre de réseaux.

Levier 3 : les accès

- Soigner les entrées de ville
 - Par la voiture : Par exemple la qualité de l'entrée de la ville par les grands boulevards a été fortement appréciée et soulignée par les urbanistes qui avaient travaillé sur l'attractivité de la métropole. A l'instar de cette entrée l'on pourrait conforter les entrées par les autres axes, par exemple, profiter du projet de l'union pour soigner et qualifier l'entrée par le boulevard Gambetta
 - Par les transports en commun
 - Les stations de métro et les pôles multimodaux
 - Le quartier de la gare : il est urgent de profiter de l'affluence de voyageurs créée par « Ouigo » pour préfigurer des actions, la mise en place de services pratiques et innovants afin de refaire de ce quartier un lieu de vie et la « vitrine » de la ville. La qualité exceptionnelle de l'environnement urbain de cette gare plaide pour qu'on réactive et remodernise la splendeur d'antan.
 - Par les médias et les nouvelles technologies de communication: le site de la ville, ceux des entreprises et acteurs de la ville, Exemple un nouveau site vient d'être créé par la MEL « Enjoy-MEL » pour informer sur les événements des commerçants, sur les bons plans. Une plateforme qui doit permettre également d'accéder aux informations pratiques des commerces et des lieux culturels. Quand on va sur le site, le projet semble n'être développé que dans le quartier de Wazemmes-Gambetta à Lille, le cœur de ville de Roubaix et sur le territoire des Weppes. Il est urgent que Tourcoing, la ville, ses acteurs et ses habitants y prennent leur part.
- Améliorer et rendre performant le plan de circulation interne à la ville et les modes de stationnement ...pour faciliter les échanges

CONCLUSIONS

Il paraît indispensable de travailler à l'identité de la ville, aujourd'hui. Il y a à trouver, au plus près de ce qui se vit ici, les éléments qui font du passé textile et de la « brouette » les berceaux d'une créativité diverse aujourd'hui, et fait du passé « villageois » de chaque quartier une ville à vivre au 21^e siècle. Cette identité est à l'évidence populaire.

NOS PROPOSITIONS

1. Bien réaliser que redynamiser notre centre-ville demande une vision globale qui ne se résume pas au commerce. Et que cela ne va pas sans une volonté pérenne, un vrai projet municipal dans la durée. Pour cela différentes pistes concrètes sont à explorer dans leur ensemble.
2. Veiller à la rénovation annoncée de la Grand Place, qui dans cette perspective constitue un enjeu indéniable. Et dès aujourd'hui intégrer dans cette réflexion l'espace autour de la gare. L'exemple de Lorient ne manque pas d'intérêt à ce sujet. (**Voir annexe 6**). Sans oublier l'articulation avec ce que deviendra le « quadrilatère des piscines ».
3. Mieux faire connaître la diversité de ce qui se crée à Tourcoing, dans les domaines économiques, sociaux, de santé, d'éducation-formation, d'environnement, de culture et de sport. Et créer des synergies. Participer au nouveau portail numérique de la Métropole Européenne de Lille « ENJOY MEL » qui vise à communiquer sur toutes les initiatives commerciales et les circuits culturels et touristiques. Il a déjà été expérimenté à Wazemmes et à Roubaix.
4. Pour tout cela, créer une sorte « d'office d'animation », avec une équipe, un webmaster, pour centraliser les données, communiquer avec les divers moyens d'aujourd'hui, et mettre en place un suivi d'animation dans la cité.
5. Equiper le centre-ville d'un équipement mobile (genre kiosque) pour « habiter » le parvis de la République sans relâche, au moins chaque week-end. Pour ce faire, demander aux nombreuses associations tourquennoises susceptibles de fournir une animation de participer à un programme trimestriel. Parallèlement, assurer les connexions wifi.
6. Encourager des journées thématiques pour la découverte de la ville, à l'exemple du « rallye citoyen ». Des marchés thématiques également. Organiser une chasse aux trésors géante inter-quartiers avec des graphes urbains à découvrir, par exemple.
7. Poursuivre la création de nouveaux logements avec le souci de la mixité sociale. Y ajouter un enjeu avec l'allongement de la durée de vie et la part importante de la jeunesse dans notre ville : promouvoir l'intergénérationnel à la fois dans le domaine du logement et l'échange des services.
8. Encourager et soutenir les associations qui créent du lien et de la vie ensemble dans la cité. Elles sont 1250 à Tourcoing, dont 176 employeuses de 4114 salariés. Une richesse que contribue à développer une Maison des Associations indépendante.
9. Saisir deux opportunités pour la cité : faire une « marque » tourquennoise du projet annoncé par François-Xavier Deffrennes sur les travaux d'isolation énergétique, avec le nombre de logements où ils sont nécessaires à Tourcoing et les entreprises tourquennoises qui ont un savoir faire dans ce domaine. Et se lancer dans une restauration scolaire cent pour cent bio, comme réussi à Mouans Sartoux (Alpes Maritimes). L'expérience a permis de diminuer de 80% les déchets et d'obtenir une économie de 20 centimes d'euro par plateau dans cette cité.
10. Le plus souvent, les Tourquennois sont fiers de leur ville, de leur quartier même. Nommons des « ambassadeurs » de Tourcoing, chargés de faire rayonner cette dimension d'attachement et de fierté à notre cité. Ce serait une façon de pousser « Tourcoing la discrète » à se montrer davantage, et de lutter contre certaines images négatives que peuvent entretenir ceux qui ne la connaissent pas. Il y a même une dimension intergénérationnelle à utiliser dans cette démarche. Ce pourrait être un outil de valorisation du bien vivre à Tourcoing avec des témoignages pour les différents âges de la vie.