



<b>RAPPORT</b>	<b>ATTRACTIVITE de TOURCOING</b>
	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<sup>e</sup> 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.



<b>RAPPORT</b>	<b>ATTRACTIVITE de TOURCOING</b>
	Février 2017



# ANNEXES

# ANNEXE 1.



## Réponses au questionnaire

Afin d'engager ce travail de clarification, un premier questionnaire a été réalisé afin d'identifier les attentes et les représentations sur une ville attractive. Les trois questions étaient :

1. Qu'est ce qui vous attire dans une ville ?
2. Si vous deviez déménager pour raison professionnelles ou personnelles, quelles sont vos attentes vis-à-vis d'une ville pour vous y installer ?
3. Qu'aimeriez vous voir conforter, développer ou créer à Tourcoing pour la rendre attirante et attractive ?

**A la question sur ce qui attire en soi une ville**, les réponses furent :

### ***CE QUI CONCERNE SON AMBIANCE***

Le bien-être, le vivre ensemble, les caractéristiques de la population, l'accueil, se sentir accueilli  
L'harmonie, une vie cohérente, se sentir en sécurité.

### ***LE CADRE DE VIE***

Sa propreté, l'aspect, l'architecture, l'espace, les monuments, les animations, les devantures, le patrimoine et les attraits touristiques et culturels.

Un fleuve, un cours d'eau, de la végétation, le littoral, des parcours, des pistes cyclables, des promenades, des couleurs harmonieuses, des espaces publics mis en scène.

### ***SA VIE***

Qu'il se passe quelque chose qui ne se passe pas ailleurs, la « une vie après 18 h.

Avoir des choses à y faire, une raison d'y aller, un espace paisible, un bon moment de vie.

Pouvoir échanger avec les gens.

### ***SON IDENTITE PROPRE, SA SINGULARITE SON IDENTITE PERSONNELLE, SA PARTICULARITE***

Son enracinement historique, un office du tourisme repérable, visible avec un accueil et des propositions riches avec du choix, l'originalité de son patrimoine, ses caractéristiques.

Un moment de découverte qui donne une nouvelle image une réputation particulière.

Qui fait ou a fait parler d'elle, sa qualité de communication. Avoir entendu parler d'elle en amont, qui se fait désirer, le quand dira-t-on, sa renommée, des panneaux incitatifs, la réputation qu'à la ville.

L'avis de ses amis ex : la Piscine de Roubaix, un évènement, de belles photos voire des cartes postales la représentant.

### **SES OFFRES**

Un excellent restaurant, ce que l'on peut y faire avec des enfants ou petits enfants, avec ses amis, des parcs, des lieux visitables à horaires et jours larges, une bonne adresse AIRB&B.

Un évènement, un festival, des expositions, des boîtes de nuit.

Un skate-parc, la fibre, des lieux à découvrir.

Un bon rapport qualité prix, qu'elle vaille le coup.

Une bonne accessibilité par des moyens de locomotion divers.

Des commerces de qualité.

Une vie associative.

Des produits locaux, gastronomiques.

### **LA QUALITE DE VIE ET SON ENVIRONNEMENT**

L'ambiance, le charme de la ville, le calme (non bruyante).

Pouvoir s'approprier une ville et ses activités.

Son identité, dynamique et économique.

La propreté de la ville.

Les espaces publiques, les espaces verts.

La réputation de la ville.

Un centre ville, l'existence d'une vieille ville, des rues piétonnes.

### **LA VIE SOCIALE ET SA DIVERSITE**

Possibilité de nouer des contacts de se faire des réseaux et de le faire savoir.

L'écoute de ses élus, la concertation, une démocratie directe.

Une vie spirituelle.

Le sens civique de ses habitants.

Les associations.

Les clubs sportifs, des associations culturelles en quantité et diversité avec un grand éventail de choix.

La qualité du voisinage, la vie et les relations de voisinage.

### **LA PRATICITE DE SES OFFRES**

La circulation l'accessibilité à l'intérieur comme venant de l'extérieur.

Le travail.

Les services publics.

Des équipements culturels rayonnants et d'autres de proximité.

Des activités pour les enfants.

Le réseau haut débit.

Les écoles, une offre éducative.

Les commerces, proximité de commerces diverses, variés et complets.

Un bon marché.

La proximité de services de soins, des hôpitaux.

Sa proximité de lieux de loisirs, son positionnement géographique.

Son environnement.

Le site de la ville.

L'absence de risques naturels ou de grosses nuisances.

Des impôts locaux raisonnables.

Un loft pas cher, le bon rapport qualité prix des logements.

Le coup de cœur immobilier.

La sureté de l'investissement.

La solvabilité de la ville, la dette par habitant.

## ***EN CE QUI CONCERNE PLUS PARTICULIEREMENT OU PLUS PRECISEMENT TOURCOING***

Une vie après 20h.

Un zoo.

Un palais des congrès (300 personnes) notamment pour toutes les manifestations associatives pour lesquelles on doit aller dans d'autres villes : proposition de match ou du cinéma ABC.

Un musée du textile, un festival du rock, Tourcoing plage.

Des après-midi dansantes.

Le Fresnoy, mieux le faire connaître.

Pôle image, clubs amateurs.

Opérette, Atelier Lyrique.

Des événements.

Club volley, sport rayonnant, les enfants de Neptune.

Une école internationale.

Décloisonnement des événements et des institutions.

Un meilleur plan de circulation.

Un parking pour bus.

Des commerces accueillants, en grand nombre et complémentaires, ouverts à l'heure du déjeuner, une fromagerie, un marché couvert.

Des métiers de bouche : des commerces quotidiens ou l'on doit se rendre tous les jours.

Des logements de qualité avec des architectes de renom, mettre en valeur.

Diversité des architectures.

Promenades en calèches et chevaux pour visiter les rues de qualité architecturale.

Des politiques qui permettent de rénover.

Rassembler les quartiers et donner une raison d'aller au centre-ville.

## ANNEXE 2.



### Le commerce

Au delà des aspects économiques touchant les entreprises, la question plus spécifique du commerce est très sensible dans la ville. Comme l'ensemble des villes moyennes, Tourcoing souffre de la disparition du petit commerce. Cela est vrai dans les quartiers comme dans le centre ville qui connaît une vacance commerciale bien au dessus de la moyenne.

Là encore, il faut regarder cette situation sans prisme dogmatique pour éviter d'enfermer cette question sur un terrain "politique" et rechercher une analyse objective d'un phénomène qui n'est pas l'apanage de Tourcoing.

S'agissant du commerce, activité si essentielle pour la vie d'une ville et son développement, les constats rejoignent l'impression des citoyens. Le commerce de proximité, si important dans l'animation et les échanges d'une cité, se porte mal à Tourcoing. Les grandes artères et le centre-ville ont subi de nombreuses fermetures. C'est particulièrement pénalisant au centre, qui demeure une vitrine de la cité.

Certes, en France les villes entre 50.000 et 100.000 habitants ont le taux de vacances commerciales le plus important (10,2%). Un phénomène particulièrement sensible pour les villes en périphérie des capitales régionales.

En janvier 2016, Nicole Gibourdel, déléguée générale des villes de France, indiquait que ce phénomène, longtemps attribué aux conséquences des politiques locales, dépassait en fait aujourd'hui les frontières.

Les villes moyennes partagent aussi trois autres caractéristiques qui ne vont pas dans le bon sens: une population qui stagne, des revenus moyens en baisse et une part croissante de logements vides dans le centre.

Avant d'avoir les conclusions d'une nouvelle étude annoncée par Immochan et Altaréa pour le centre-ville, il est lucide d'évaluer des caractéristiques générales d'évolution qui sont autant de difficultés pour le commerce à Tourcoing.

Nous disposons déjà de l'analyse réalisée par le pôle commerce de la chambre de Commerce et d'Industrie métropolitaine.

#### **EVOLUTION DE LA REPARTITION DES POPULATIONS ET DES FLUX**

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 ( habitants plus âgés, plus pauvres).La population a augmenté 7 fois plus vite dans l'ensemble de la France que dans les villes moyennes avec un appauvrissement très net. Si 20% de la population vit sous le seuil de pauvreté en France dans les cœurs d'agglomération, ce chiffre atteint 32% dans les ville moyennes.(25,8% en 2013 pour Tourcoing/ 42,3 % Roubaix).De même, l'habitat est généralement plus ancien avec moins de constructions neuves ( par habitation 3,7 pièces en moyenne en France , 2,5 dans les villes moyennes).La population se concentre à 31% dans les centres, 40% dans les aires urbaine de la ville et 28% dans la seconde couronne. De 2000 à 2012, l'évolution de la localisation des populations : Centre-ville 2% - Unité urbaine 5,9% - Aire urbaine 17%.

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 ce mouvement. Les populations plus aisées, ne sont plus aussi présentes dans le cœur des villes moyennes.

### **LE COMMERCE, HISTOIRE ET PERSPECTIVES** **ETUDE DE LA CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATION**

Le premier élément que l'on peut évoquer est l'hyper concentration du commerce .En 1856, 800000 commerces en France, 1900 1 500 000, 2015 800 000.

Quand on fait le rapport commerces/ grandes surfaces, on constate un phénomène de concentration qui s'explique (exode rurale-stabilisation de la taille des communes avec un réajustement des commerces)

Si en 1970 3/4 du chiffre d'affaire est réalisé dans des commerces indépendants, cette proportion passe à 1/4 en 2015.On constate que l'organisation du commerce a été révolutionnée avec une concentration autour du commerce organisé et une organisation capitalistique édifiante.

Aujourd'hui, 70% des chiffres d'affaire sont concentrés à la périphérie de la ville avec une tendance à l'éloignement. Cela représente 13 % dans les quartiers et 17 % dans les centres ville. Ce point est à relier avec les mouvements de population vers l'extérieur des villes et l'on peut se demander s'il y a une limite à la croissance du développement du commerce à l'extérieur ?

En 1994 sur une base 100 : augmentation des surfaces de vente 160 en 2015. Dans le même temps, les dépenses de consommation représentent 130 en 2015 avec une stagnation depuis 2007.Il y a donc un découplage entre l'évolution des besoins de consommation et l'augmentation des surfaces de vente. L'organisation du commerce évolue donc avec des surfaces qui coutent 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 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. Le taux de rotation normal est 4 ou 5%. Or, depuis 2012, le taux augmente de 1,2 % par an. Sur les villes moyennes , le phénomène est bien sûr plus important 11% en 2015 et pour l'hyper centre de Tourcoing on atteint des taux de 20 à 35%.

Le centre-ville est un espace emblématique au cœur de la réflexion sur l'attractivité. 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 la situation tourquennoise.

Face à un 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.

**Il serait donc nécessaire de réguler l'offre tertiaire.** Les activités médicales et para médicales sont de gros générateurs de flux. La perte de ces activités ou leur délocalisation provoque une désertification encore plus importante et cela est vrai pour les autres activités de service. Les métiers bancaires, les assurances vont partir ou réduire leur présence en raison du numérique et cela également va 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. Là encore, moins de déplacements. Ce point est à prendre en compte et à anticiper dans la perspective du nouveau centre administratif qui doit être appréhendé sur l'aspect de la mutabilité. Nous sommes aujourd'hui dans l'ère de la mutation et de la réversibilité. Cet aspect a été largement pris en compte dans la zone de l'union avec la conception de parking pouvant être transformés en logements ou bureaux à terme ou l'inverse. 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.

### ***ECLAIRAGE de Bernard Delebecque, ancien adjoint aux affaires économiques***

« Parler de l'attractivité d'une ville sans autre spécification est un exercice impossible, et sans doute vain. Il y a à réfléchir sur les notions d'attractivité et de réputation.

L'attractivité ne se juge pas d'après les mêmes critères selon que l'on s'intéresse à son attractivité résidentielle, son attractivité pour les entreprises (à distinguer selon la nature de leur activité) ou pour les touristes. Le commerce joue un rôle important sur ce point. On ne peut que constater que le centre-ville de Tourcoing souffre, comme beaucoup d'autres, d'un appauvrissement de son offre commerciale, et depuis longtemps ; que de plus, les actions entreprises par les municipalités successives avec le concours de la CCI et les Unions Commerciales n'ont pas inversé l'évolution ; l'ont-elles même ralentie ? L'abondance récente des lunetteries, leur développement, comme celui des audioprothésistes me semblent illustrer la pertinence de cette analyse : la demande de ces « articles » va croissant pour satisfaire une demande supérieure qui naît du vieillissement de notre population, et de l'influence de coquetterie ou de la mode, mais ces « commerces » ne répondent pas à des besoins réguliers ou répétitifs de leurs « clients », et ne sont pas affectés de la même façon par les évolutions que je vais évoquer.

Le premier facteur fondamental de l'évolution de nos commerces est simplement l'élévation progressive et quasi continue du revenu des Français. Pour y participer le « petit » commerçant, le commerçant indépendant doit indépendamment de l'inflation augmenter son chiffre d'affaires. Peut-il le faire en vendant la même quantité de produits et d'articles en augmentant la marge qu'il prélève sur chacun d'eux ? Cette façon de faire a des limites évidentes. Peut-il le faire en s'élevant dans la gamme des produits qu'il propose ? Ici encore les limites sont évidentes : toutes les bijouteries de fantaisie ne peuvent pas devenir « Lepage » ou Dael et Grau. Reste donc la possibilité de vendre en plus grandes quantités, ce qui suppose des capacités physiques de stockage et de présentation plus importantes. Les surfaces commerciales de nos centres-villes anciens ne le permettent que de façon limitée.

Le deuxième facteur tient à un aspect de notre développement technique et économique : L'industrie met sur le marché des modèles, des produits plus nombreux. L'électro-ménager, grand et petit, blanc ou brun, en offre une belle illustration...comme les chaussures de sport ou les jouets. Cette surabondance des produits proposables – et de fait proposés – impose de vastes magasins pour l'abriter, la stocker et la présenter. On construit plus facilement ces locaux commerciaux en périphérie où le terrain est moins cher, disponible, et où les contraintes architecturales sont moins contraignantes. L'adaptation des « magasins » anciens à ces exigences, à supposer qu'elle soit techniquement possible serait sans doute plus coûteuse.

Dans cette croissance économique les consommateurs devenaient aussi des automobilistes et devenaient ainsi plus mobiles. Les lignes des transports en commun accompagnaient de leur côté le déplacement des commerces vers la périphérie.

Ce deuxième facteur, la croissance en volume des produits offerts par type de commerce, entraîne une augmentation de la dimension financière de l'unité commerciale : les stocks à financer sont plus importants, les loyers à payer le sont aussi, etc... Les « petits » commerçants peinent à atteindre la dimension requise par cette évolution. Faut-il faire de cette exigence nouvelle un troisième facteur distinct du précédent ? Ces deux aspects doivent être distingués, s'ils sont étroitement liés.

Enfin plus récemment le développement des ventes à distance d'abord en recourant à des catalogues traditionnels sur papier, puis aux sites internet porte un coup nouveau à l'armature commerciale des centres traditionnels. Les centres commerciaux périphériques ou intérieurs sont également concernés. De nombreuses marques ont leur site propre sur internet, qui concurrence les magasins « physiques » déjà installés.....et répondent aux besoins de consommateurs moins disponibles, notamment les femmes actives... (chacun comprendra la dimension sociologique de ce propos, qui n'a rien de sexiste). »

### ***Des pistes d'évolution***

Toutefois, s'agissant de la question des superficies nécessaires pour présenter la marchandise, il est heureux de voir qu'une société tourquennoise est en train de développer un concept susceptible de remédier à cette difficulté.

Implantée à la Plaine Images, la société Improveeze s'est penchée sur l'équation qui ambitionne de concilier un pas de porte bien placé et des charges abordables. Pour gagner de l'espace elle propose d'allier gestion des rayons et solutions digitales.

Idée ? Optimiser l'espace des boutiques en offrant moins d'articles en rayon mais la possibilité d'accéder aux catalogues, stocks et commandes en un clic. De grandes enseignes ont déjà été convaincues par ce concept de magasin connecté. On peut ainsi contenir une gamme complète d'articles dans un espace réduit de 30 m<sup>2</sup>. Les articles ayant la meilleure rotation sont exposés en magasin, le reste de la gamme est accessible via une vitrine virtuelle (tablette, écran, borne). Mais l'on privilégie la vente contact et on recentre sur le vendeur-conseiller....

Reste à savoir si le « petit » commerce, non franchisé, peut parvenir à cette performance....

### ***LE CONTEXTE TOURQUENNOIS (VU PAR LE POLE COMMERCE DE LA CHAMBRE METROPOLITAINE. AUDITE LE DIRECTEUR, M. E.SIEDLITZ)***

- La 3<sup>e</sup> ville de la Région avec 93000 habitants et la 13<sup>e</sup> pour son offre de services de proximité. (hors périphérie proche)
- Une population à faible pouvoir d'achat. Indice de richesse vive faible et dépense commercialisable inférieure à la moyenne régionale, 6<sup>e</sup> 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. 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

- Un Centre – ville élargi avec environ 200 points de vente (commerces et services)
- Une offre commerciale à l'échelle d'un centre bourg de 30000 habitants.
- Une présence faible des enseignes nationales à l'exception du pôle St Christophe.
- Une paupérisation de l'offre commerciale (essentiellement :bas de gamme et moyen de gamme).
- Pas de locomotive (enseigne à forte attractivité )
- Une offre basique et incomplète à destination d'une population moyenne d'âge élevée.
- Peu d'offre jeune correspondant à la démographie de Tourcoing

## Une concurrence extrême

- Les centres commerciaux périphériques et en premier lieu le CC Roncq pour l'offre basique qui s'apparente de plus en plus à une offre de proximité.
- La ville de Lille qui capte une consommation plus haut de gamme, une consommation Jeune et ciblée, une consommation culturelle ...
- Roubaix avec une offre dégriffée ...
- Les communes périphériques qui contiennent l'évasion commerciale et enrichissent leur offre de services et de Commerces.
- La Belgique pour une offre spécifique
- Le E –Commerce en pleine extension

## Les maux de Tourcoing

- Manque d'attractivité global
- Une zone de chalandise qui se restreint et une consommation interne en baisse
- Une offre basique avec des manques et en voie de paupérisation
- Un non renouvellement de l'offre commerciale avec une baisse qualitative
- Une inadéquation par rapport aux attentes actuelles des consommateurs
- Manque de dynamisme global

## Les Atouts

- **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 PA + Belgique**
- **Une population importante et jeune**
- **Un potentiel de développement économique (Numérique, Image, Tertiaire ...)**



## Les freins

- **Mauvais positionnement, quelle stratégie pour une vraie attractivité globale**
- **Accessibilité, surtout lisibilité**
- **Le coût des loyers. Niveau supérieur au niveau de rentabilité (+ état du foncier commercial)**
- **Un défaut ciblage de la clientèle et une communication dépassée**
- **Une faiblesse du collectif**
- **Manque de projets structurants pour le centre-ville**

## Que faut-il entrevoir ?

- **Recherche d'un positionnement global**
- **Réaménager le Centre-ville .En faire un lieu de destination**
- **Travailler le foncier, pourquoi pas créer une ORI**
- **Rendre lisible un vrai projet pour le centre-ville**
- **Communiquer auprès des investisseurs**
- **Travailler l'attractivité globale et les consommateurs potentiels extérieurs.**

On voit bien à travers ces observations et analyses, que Tourcoing ne concentre pas les difficultés qui seraient étrangères aux autres villes. Les difficultés de Tourcoing sont les difficultés des villes moyennes aggravées par une crise industrielle majeure. On peut considérer que plus touchée que d'autres villes Tourcoing a déployé une grande énergie pour résister et maintenir aujourd'hui des atouts et des perspectives tangibles.

## Quels leviers ?

Certaines activités sont génératrices de flux comme le tourisme et la culture .Les villes moyennes qui s'en sortent bien ont des attraits touristiques comme Libourne, St Nazaire, le Havre), Albi, Draguignan. Ces aspects manquent-ils à notre ville?

## LA QUESTION DU LOGEMENT

L'habitat ancien est probablement le sujet le plus difficile, car le parc social se compose majoritairement de propriétaires occupants ou de locataires qui ne peuvent assumer la réhabilitation et les transformations de l'habitat.

Cette équation est terrible pour une ville aux ressources limitées ou fragiles qui doit également attirer sur le plan résidentiel. Il est difficile d'attirer des investisseurs privés, en particulier dans un contexte de marché atone. L'importante réglementation française ne facilite pas une évolution positive (logements plus sûrs, plus accessibles, et protection du patrimoine ancien)

Il y a là la nécessité d'un volontarisme public pour maîtriser une partie de cette habitat, le recycler , le transformer et le remettre sur le marché en maîtrisant les implantations nouvelles pour reconstituer un marché plus densifié. Il faut également limiter l'expansion de ce qui se passe en périphérie avec un choix de la concentration sur le plan commercial à effectuer. Par exemple, la rue de Menin n'est plus commerçante l'accompagnement pourrait consister à transformer les façades commerçantes en façades d'habitation. Face au défi que représentent l'ensemble des ces difficultés, on ne peut répondre au coup par coup. Ce n'est qu'une prise en compte systémique et globale qui peut permettre d'inverser ces tendances structurelles.

Si le prêt à Porter représente 35% dans une ville normale, à Tourcoing, c'est 7% si on exclut l'espace St Christophe. Cet espace a été une erreur en raison du coût trop élevé des surfaces commerciales en centre-ville. Il faut accélérer sur un espace central et intensifier des opérations de reconquêtes : Il aurait fallu faire les deux choses en même temps. Dans le contexte de l'époque, St Christophe et Promenade de Flandres étaient liés (Altarea/Immochan, Altarea/Auchan) pour donner une identité au secteur tourquennois (Roubaix : équipement de la personne, Tg équipement de la maison). S'il fallait décider aujourd'hui, le projet Promenade de Flandre ne serait pas engagé. Aujourd'hui, l'ameublement (qui n'apporte qu'un gros flux le week-end) est en creux.

L'évolution positive se retrouve quand il y a une volonté très forte de concentrer l'effort sur les centres villes. Plus d'ouverture de m2 commercialisables ailleurs pendant que le centre est une priorité. La tendance porte à l'hybridation du commerce : où l'on vent planche à voile, habits, restauration par exemple. Hybridation aussi entre services et commerces. Ce qu'il faut absolument, c'est établir comment on donne le droit ou les moyens d'innover dans ces villes moyennes de la même manière que dans les grandes agglomérations. Aujourd'hui les liquidités sont surabondantes en potentiel, mais le tout est de capter l'argent privé. Des fonds de garantie pour les investisseurs par la chambre de commerce, par exemple, peuvent être incitatifs. Il s'agit de trouver moyens d'aller chercher de l'argent privé

# ANNEXE 3.



---

## Le monde associatif

**Ci-après, vous trouverez le document de synthèse – Baromètre associatif 2016**

## EDITO

LA MAISON DES ASSOCIATIONS DE TOURCOING N'EST PAS QU'UN LIEU D'ACCUEIL POUR LES ACTIVITÉS ASSOCIATIVES, ELLE EST AVANT TOUT UN PÔLE RESSOURCE D'AIDE À LA VIE ASSOCIATIVE. C'EST-A-DIRE QU'ELLE INFORME, ORIENTE ET ACCOMPAGNE LES CITOYENS ET DES ASSOCIATIONS QUI DÉVELOPPENT DES PROJETS POUR LE TERRITOIRE.

POUR REMPLIR PLEINEMENT CE RÔLE LA MDA A FOURNI DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES UN EFFORT PARTICULIER POUR SE Doter D'OUTILS EN FAVEUR D'UNE CONNAISSANCE FINE DU TERRITOIRE.

CELA S'EST TRADUIT NOTAMMENT PAR LA MISE EN PLACE D'UN RÉPERTOIRE EXHAUSTIF DES ASSOCIATIONS TOURQUENNOISES ET PAR UNE PARTICIPATION FORTE AUX TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DE LA VIE ASSOCIATIVE.

DANS CET ÉLAN NOUS AVONS MENÉ DURANT LES DERNIERS MOIS UNE DÉMARCHÉ DE BAROMÈTRE PORTANT SUR LES DIFFICULTÉS ET LES PERSPECTIVES DES ASSOCIATIONS, DONT VOICI LA SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE.

CE TRAVAIL DOIT NOUS SERVIR COLLECTIVEMENT À MIEUX APPRÉHENDER LA RÉALITÉ DU SECTEUR POUR LEQUEL NOUS OEUVRONS AU QUOTIDIEN.

JE VOUS EN SOUHAITE BONNE LECTURE,

STÉPHANE NUNES

PRÉSIDENT DE LA  
MAISON DES ASSOCIATIONS DE TOURCOING.

**1 250** ASSOCIATIONS  
ACTIVES SUR LE TERRITOIRE

**666**  
NOUVELLES  
ASSOCIATIONS  
EN 10 ANS



**176**  
ASSOCIATIONS  
EMPLOYEUSES

**13,2**  
ASSOCIATIONS POUR  
1.000 HABITANTS

**4 114**  
POSTES SALARIÉS

**3 464**  
ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN

## MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

### RASSEMBLER LES DONNÉES EXISTANTES POUR DÉFINIR LE SECTEUR

Les données en provenance de la statistique publique sont peu nombreuses, mais certaines existent ou peuvent être créées à partir de sources accessibles. Ainsi les informations disponibles sur le Journal Officiel – Associations loi 1901 permettent de comptabiliser les associations qui se créent chaque année et les secteurs d'activités de ces nouvelles structures. Les données INSEE – Connaissance Locale de l'Appareil Productif et les Déclarations Annuelles de Données Sociales – l'une et l'autre relatives à l'emploi et au salariat associatif, apportent de riches éléments concernant les associations employeuses.

La première partie de ce baromètre consiste donc à analyser ces données, travaillées pour les besoins de l'enquête.

### RÉALISER UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE BASÉE SUR UN BAROMÈTRE

Pour toutes les autres informations, il est nécessaire de créer un outil spécifique pour recueillir les éléments d'analyse concernant la thématique de travail.

La présente démarche visait à mesurer l'état de santé des associations du territoire. Un questionnaire a été calibré de manière à apporter des indicateurs sur la situation actuelle des associations, les difficultés auxquelles elles sont confrontées, les perspectives futures concernant leur activité et finalement l'évolution de leurs relations avec les pouvoirs publics.

Ce type de démarche a pour but principale d'être mené sur un court terme, il s'agit d'une photographie à un instant T de l'état du tissu associatif. Ainsi la diffusion de l'enquête a été menée de Septembre à Décembre 2016 pour un traitement des données recueillies en Janvier 2017.

Après sélection des questionnaires jugés recevables, le panel de répondants s'élève à 106 questionnaires. Cette échantillon n'a pas de prétention à la représentativité mais illustre la diversité des situations rencontrées.

Cette démarche est le fruit du partenariat avec la MDA de Roubaix, qui a initialement développé l'outil de recueil et d'analyse de cette enquête.

**Traitement et analyse des données :**

**Thomas Lauwers & Adrien Delplace**

## SOMMAIRE

### DIAGNOSTIC À PARTIR DES DONNÉES EXISTANTES

#### LA DYNAMIQUE TERRITORIALE DES NOUVELLES ASSOCIATIONS

LES CRÉATIONS ANNUELLES DEPUIS 10 ANS

LES SECTEURS D'ACTIVITÉS DES NOUVELLES ASSOCIATIONS – 2012/2015

#### LES ASSOCIATIONS EMPLOYEUSES

UN TISSU BIEN SPÉCIFIQUE D'ASSOCIATIONS EMPLOYEUSES

UN POIDS CONSÉQUENT DES ASSOCIATIONS DE TAILLE MOYENNE

#### LE SALARIAT ASSOCIATIF

UN POIDS TRÈS FORT DU SALARIAT ASSOCIATIF AU SEIN DU TERRITOIRE

LES CARACTÉRISTIQUES DES SALARIÉS ASSOCIATIFS TOURQUENNOIS

### RÉSULTATS DU BAROMÈTRE

#### LE PROFIL DES RÉPONDANTS

DES ASSOCIATIONS ACTIVES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

UNE REPRÉSENTATION COHÉRENTE DES SECTEURS D'ACTIVITÉS

PRINCIPALEMENT DES TRÈS PETITES STRUCTURES

#### PERCEPTION DE LA SITUATION ACTUELLE DE L'ASSOCIATION

UNE VISION POSITIVE DE LA SITUATION GLOBALE DE L'ASSOCIATION

LA VISION DE L'ASSOCIATION SELON LES DIFFÉRENTS INDICATEURS

#### LES ÉVOLUTIONS DE LA SITUATION VÉCUE PAR LES ASSOCIATIONS

UNE ÉVOLUTION PLUTÔT FAIBLE DE LA SITUATION DE L'ASSOCIATION

DES CHANGEMENTS ASSEZ RÉCENTS

LES ÉVOLUTIONS SELON LES DIFFÉRENTS INDICATEURS

#### PROJECTION VERS L'AVENIR

UN AVENIR ENVISAGÉ UN PEU MOINS POSITIVEMENT QUE LE PRÉSENT

UNE VOLONTÉ FORTE DE MAINTENIR UN DÉVELOPPEMENT DES PROJETS

#### CRAINTES ET SOLUTIONS ENVISAGÉES

DEUX INQUIÉTUDES MAJEURES, AUCUNE CRAINTE DE LA CONCURRENCE

TROIS AXES PLEBISCITÉS, PEU D'ATTRAIT POUR L'ACCOMPAGNEMENT

#### LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES PUBLICS

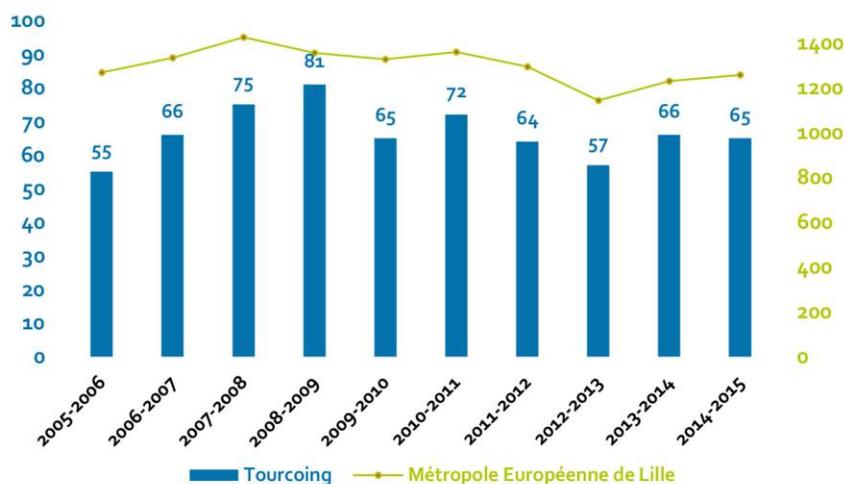
LA VILLE DE TOURCOING, DE LOIN LE PRINCIPAL PARTENAIRE

DES RELATIONS GLOBALEMENT BONNES AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

## LA DYNAMIQUE TERRITORIALE DES NOUVELLES ASSOCIATIONS

### LES CRÉATIONS ANNUELLES DEPUIS 10 ANS

Les données relatives aux créations d'associations offrent un aperçu de la dynamique du territoire concernant la capacité des habitants à se mobiliser collectivement au sein de structures associatives pour apporter des réponses aux besoins qu'ils ont détectés au sein de leur territoire.



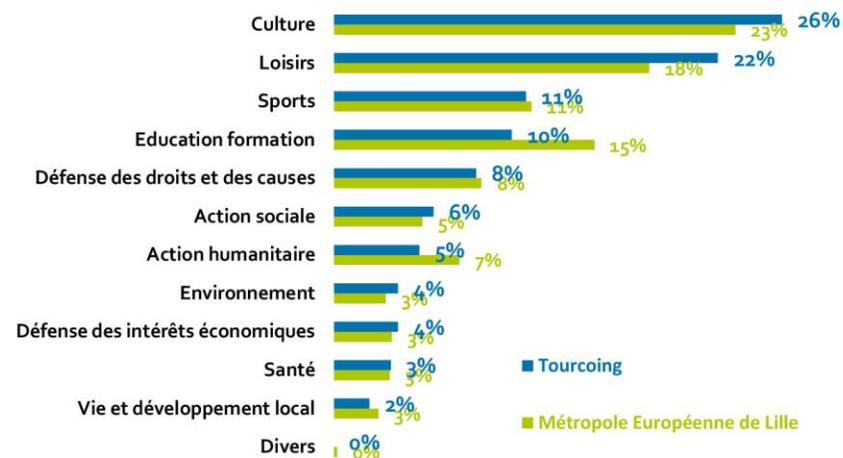
Chiffres issus du Journal Officiel - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix & Tourcoing

A Tourcoing, il se crée en moyenne 67 associations par année depuis 10 ans, soit 5,1% de la totalité des créations de structures associatives de la métropole Lilloise.

L'évolution des créations annuelles d'associations à l'échelle de la ville est quasiment identique à celle observée pour l'ensemble du territoire de la métropole Lilloise. Après une phase d'augmentation continue des créations d'associations, le territoire a connu une baisse conséquente avant de voir cette dynamique se stabiliser légèrement au-dessus de 60 nouvelles associations par année.

### LES SECTEURS D'ACTIVITÉS DES NOUVELLES ASSOCIATIONS – 2012/2015

L'observation des secteurs d'activités dans lesquels les associations se créent apporte des éléments concernant les besoins que les habitants identifient comme nécessitant une réponse collective via l'action associative. La comparaison territoriale offre quant à elle des éléments de réponses quant à la spécificité ou non de la situation observée à Tourcoing



Chiffres issus du Journal Officiel - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix & Tourcoing

Plus de 1 association sur 4 se crée dans le secteur culturel à Tourcoing.

Si la répartition des nouvelles associations par domaines d'activités est similaire entre Tourcoing et la métropole Lilloise, il existe deux secteurs qui se démarquent :

- Le secteur des « loisirs » est une source de créations de projets associatifs plus importante. Le poids de ce domaine y est de 4% supérieur à Tourcoing par rapport à la métropole Lilloise.
- A l'inverse, le secteur de « l'éducation, formation » y est de 5% inférieur

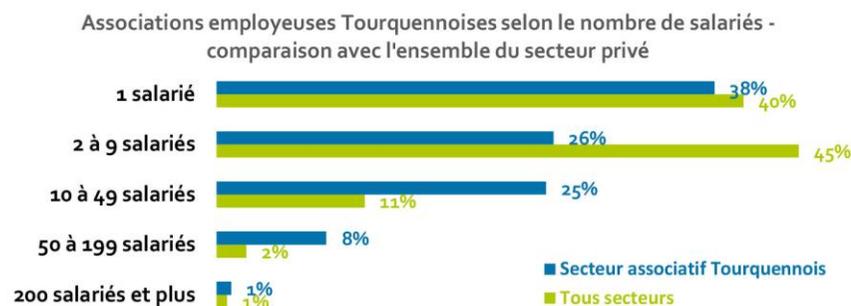
## LES ASSOCIATIONS EMPLOYEUSES

### UN TISSU BIEN SPÉCIFIQUE D'ASSOCIATIONS EMPLOYEUSES

Parmi l'ensemble des 1742 entreprises privées recourant à l'emploi salarié, on recense 176 associations employeuses. Soit 10,2% du total des organisations employeuses de la ville.

Les structures associatives qui recourent à l'emploi salarié sont, en comparaison avec l'ensemble des employeurs du secteur privé, principalement et très petites et petites organisations employeuses. Ce constat vaut pour l'échelle nationale.

Qu'en est-il pour la situation du secteur associatif employeur de Tourcoing ?



Chiffres issus du fichier INSEE CLAP 2014 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix & Tourcoing

A la lecture du graphique ci-dessus, la répartition des associations employeuses selon le nombre de salariés laisse apparaître que les structures de taille moyenne (10 à 49 salariés) et de grande taille (50 salariés et plus) sont proportionnellement plus importantes que dans le cas de l'ensemble du secteur privé.

Cette observation va à l'encontre des constats habituels qu'il est possible de mesurer au niveau national ou sur d'autres territoires locaux.

Malgré cette spécificité du territoire de Tourcoing, 2 associations employeuses sur 3 sont de petite ou très petite taille (moins de 10 salariés).

### UN POIDS CONSÉQUENT DES ASSOCIATIONS DE TAILLE MOYENNE

Pour s'assurer que la spécificité vient bien de la situation observée à Tourcoing et non une règle qui vaut pour l'ensemble de la métropole Lilloise, il est intéressant de comparer les tissus associatifs employeurs de ces territoires respectifs.



Chiffres issus du fichier INSEE CLAP 2014 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix & Tourcoing

Cette mise en comparaison permet de cibler le décalage qui s'opère dans le cas des associations employeuses Tourquennoises. En l'occurrence, il y a bien une proportion beaucoup plus faible de structures mono-salariées (niveau inférieur de 12% pour Tourcoing). Ce déficit de mono-salariés s'explique par le poids très conséquent des structures de taille moyenne (niveau supérieur de 10% des 10 à 49 salariés pour Tourcoing)

Cette situation pourrait résulter d'une disparition importante au cours des dernières années des très petites associations employeuses à Tourcoing, pour des raisons financières. Une autre explication tiendrait, à l'inverse, à ce qu'au cours des années précédentes des dispositifs d'action publique aient pu permettre aux associations employeuses de consolider leur structure financière au point de pouvoir recruter plus de 10 salariés.

Pour trancher entre les deux explications possibles il est nécessaire de porter le regard sur le nombre de salariés associatifs dans l'ensemble de l'emploi privé.

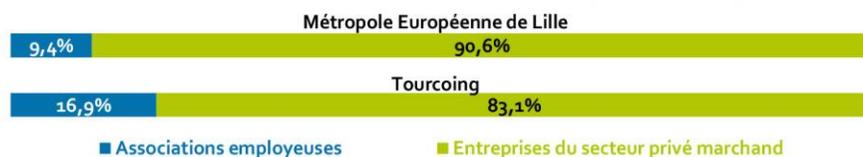
## LE SALARIAT ASSOCIATIF

### UN POIDS TRÈS FORT DU SALARIAT ASSOCIATIF AU SEIN DU TERRITOIRE

La répartition des structures employeuses selon le nombre de salariés est spécifique dans le cas des associations Tourquennoises. Pour comprendre cette différence, l'observation de la structure du salariat associatif est nécessaire.

Le secteur associatif Tourquennois se compose de 4 114 postes salariés, soit 8,9% des 45 975 salariés associatifs de la métropole de Lille.

#### Effectifs salariés associatifs dans l'ensemble de l'emploi du secteur privé



Chiffres issus du fichier INSEE - CLAP 2014 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et de Tourcoing

Le graphique ci-dessus illustre le poids énorme du secteur associatif Tourquennois dans la totalité de l'emploi salarié privé du territoire : 16,9%, soit un poids de 7,5% supérieur à ce qui est observé à l'échelle de la métropole Lilloise.

A la lecture de ces chiffres, il apparaît que les associations employeuses Tourquennoises sont solides, ce qui leur permet de recruter un nombre important de salariés.

Ces quelques 4 114 salariés représentent 3 464 postes en Equivalent Temps Plein, le décalage entre ces deux données indique la présence de nombreux contrats à temps partiel parmi les salariés associatifs Tourquennois.

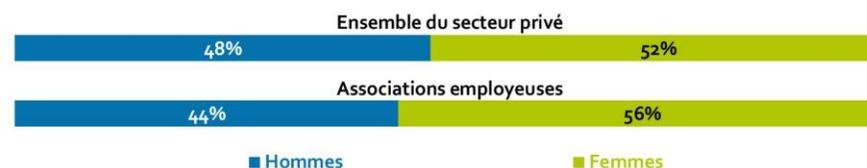
#### Durée hebdomadaire de travail des salariés associatifs Tourquennois - comparaison avec l'ensemble du secteur privé



Chiffres issus du fichier INSEE - DADS 2013 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et de

### LES CARACTÉRISTIQUES DES SALARIÉS ASSOCIATIFS TOURQUENNOIS

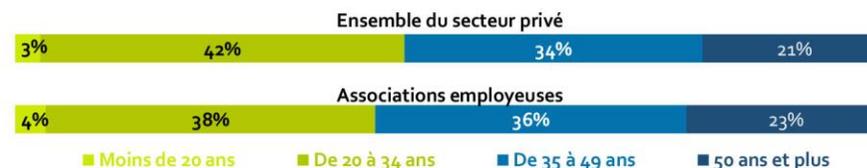
#### Genre des salariés associatifs Tourquennois - comparaison avec l'ensemble du secteur privé



Chiffres issus du fichier INSEE - DADS 2013 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et de Tourcoing

Une caractéristique majeure du salariat associatif est d'être fortement féminisé. A l'échelle des associations de la métropole Lilloise on recense 60% femmes parmi l'ensemble des salariés associatifs, 10% de plus que dans l'ensemble du secteur privé. Ce taux est légèrement plus faible à Tourcoing – 56% de femmes, soit 4% de plus que pour l'ensemble de l'emploi du secteur privé.

#### Age des salariés associatifs Tourquennois - comparaison avec l'ensemble du secteur privé



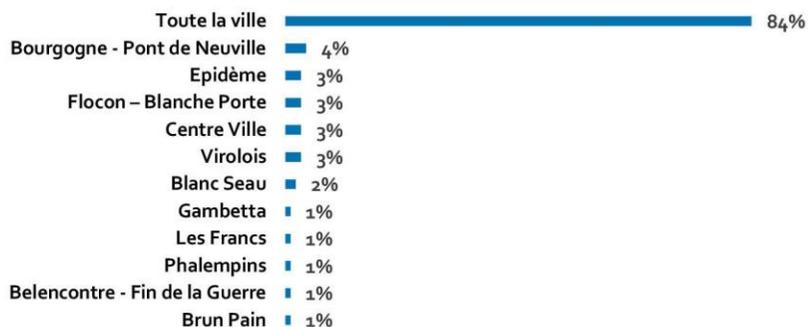
Chiffres issus du fichier INSEE - DADS 2013 - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et de Tourcoing

Du fait des dispositifs d'emplois aidés à destination de l'insertion des jeunes, un préjugé couramment admis voudrait que le secteur associatif recrute particulièrement auprès des jeunes. Pourtant le constat est clair, non seulement 59% des salariés associatifs Tourquennois ont plus de 35 ans, mais en plus le secteur associatif apparaît légèrement plus âgé que l'ensemble de l'emploi du secteur privé : 4% de moins à Tourcoing parmi les salariés âgés de 20 à 34 ans.

## LE PROFIL DES RÉPONDANTS

### DES ASSOCIATIONS ACTIVES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

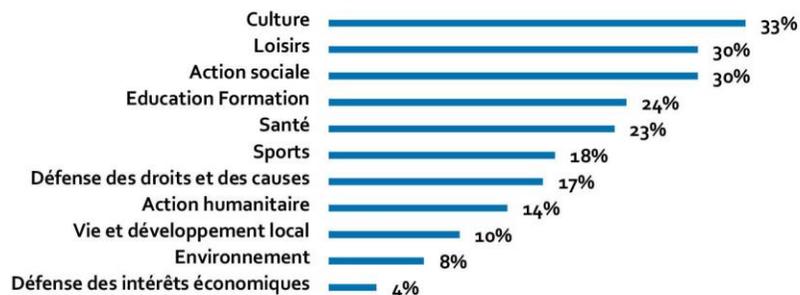
Les répondants agissent majoritairement à l'échelle de la ville de Tourcoing – 84%  
- les actions et projets spécifiques à chaque quartier apparaissent faiblement.



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés : 106 / Répondants : 106 / Réponses 112  
Total différent de 100% car une même association peut intervenir sur plusieurs quartiers.

### UNE REPRÉSENTATION COHÉRENTE DES SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le poids des secteurs est conforme à la hiérarchie de ces derniers dans l'ensemble du tissu associatif, notamment pour la culture, les loisirs et l'actions sociale.



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 105 / Réponses 221  
Total différent de 100% car une même association peut intervenir dans plusieurs secteurs

### PRINCIPALEMENT DES TRÈS PETITES STRUCTURES

#### Bénévolat parmi les associations répondantes



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 106 / Réponses 106

#### Emploi salarié parmi les associations répondantes



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 106 / Réponses 106

#### Budgets des associations répondantes



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 106 / Réponses 106

## PERCEPTION DE LA SITUATION ACTUELLE DE L'ASSOCIATION

### UNE VISION POSITIVE DE LA SITUATION GLOBALE DE L'ASSOCIATION

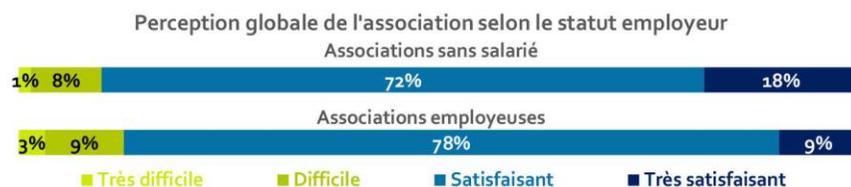
Une très grande majorité de répondants juge la situation globale de l'association comme « satisfaisante » - 74% - ou « très satisfaisante » - 15%.

Ce constat va à l'encontre des cris d'alerte sur les difficultés du secteur associatif. S'il existe des difficultés réelles, celles-ci ne touchent l'ensemble des associations, ni de manière uniforme.

Le statut employeur ne semble pas influencer la manière dont l'associations perçoit sa situation (graphique 2), mais la taille du budget semble avoir une influence (graphique 3).



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 104 / Réponses 104



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 103 / Réponses 103



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 102 / Réponses 102

### LA VISION DE L'ASSOCIATION SELON LES DIFFÉRENTS INDICATEURS

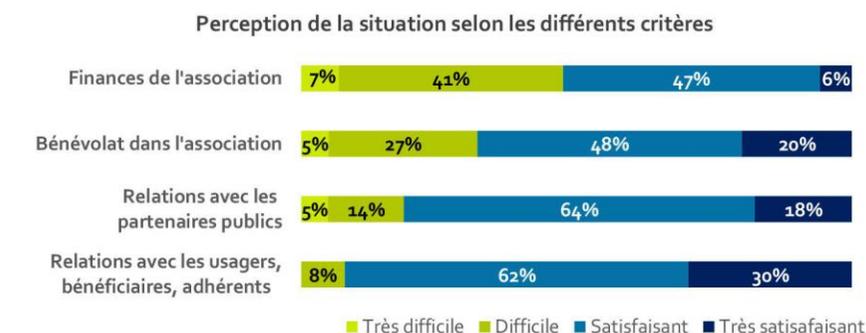
Les différents aspects, éléments internes ou influences externes, qui composent le fonctionnement de l'association peuvent impacter différemment le regard que porte la structure sur sa propre situation. Si la vision globale est majoritairement positive, qu'en est-il selon les différents critères proposés ?

Les finances de la structure, fort logiquement, restent le problème plus prégnant. Près de 1 association sur 2 juge la situation difficile ou très difficile. Et seulement 6% l'estiment très satisfaisante sur ce point.

Le bénévolat est également une source de difficultés, 1 association sur 3 ont une perception négative de la situation sur ce point. Toutefois 1 structure sur 5 souligne une situation très satisfaisante.

Si les relations avec les partenaires publics sont un sujet qui alimentent souvent les débats, elles n'apparaissent pas comme un point de difficulté particulièrement important chez les associations répondantes. 1 association sur 5 a une image négative de la situation actuellement vécue sur cet aspect, soit autant que d'associations ayant une vision très positive.

Les relations avec les usagers, bénéficiaires ou adhérents sont au beau fixe.

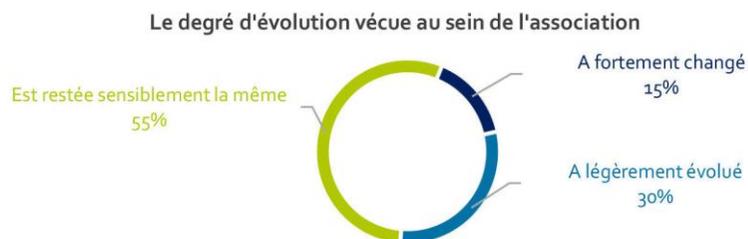


Chiffres issus du Baromètre associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés : 106 / Répondants : 105 / Réponses : 105

# LES ÉVOLUTIONS DE LA SITUATION VÉCUE PAR LES ASSOCIATIONS

## UNE ÉVOLUTION PLUTÔT FAIBLE DE LA SITUATION DE L'ASSOCIATION

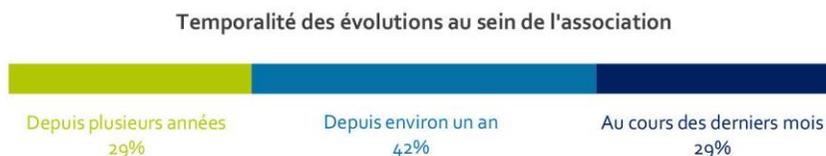
Les discours actuels dépeignent souvent une situation qui aurait été profondément bouleversée pour les structures associatives. Les résultats de l'enquête soulignent à l'inverse que seule une minorité d'associations mentionnent une situation fortement changeante, une faible part évoque une légère évolution et une majorité mentionne un état stable.



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 104 / Réponses 104

## DES CHANGEMENTS ASSEZ RÉCENTS

Au questionnement sur le degré des évolutions vécues par les associations était adjointe une question sur la temporalité des changements impactant les structures associatives. Sur ce point il semble que les évolutions sont plutôt récentes, puisque près de 3 associations sur 4 évoquent des changements ayant eu lieu depuis environ un an ou durant les derniers mois.



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 65 / Réponses 65

## LES ÉVOLUTIONS SELON LES DIFFÉRENTS INDICATEURS

Deux sujets recueillent une proportion importante de réponses évoquant une augmentation : l'étendue des missions, activités et projets, ainsi que le nombre de bénéficiaires et/ou usagers. Cela confirme l'impact des financements publics de plus en plus orientés vers une logique d'objectifs et de résultats quantitatifs croissants.

Quasiment à niveau égal des deux sujets cités, le périmètre géographique de l'intervention des associations augmente également. Ce point est cohérent avec ce qui a été précédemment souligné, et démontre par ailleurs le choix qu'ont fait les structures associatives de solliciter d'éventuels nouveaux partenaires publics, donc de toucher d'autres territoires.

Concernant les relations avec les pouvoirs publics, une part légèrement plus importante d'associations mentionne une augmentation que celles qui évoquent une diminution.

Les parts d'associations mentionnant une baisse des ressources humaines, salariées ou bénévoles, sont bien plus forte que pour les autres indicateurs. Et celles qui soulignent une augmentation. Donc si le niveau d'activité augmente, cela a lieu dans un cadre qui, au mieux, reste à niveau égal, mais plus probablement se fait à moyens diminués.



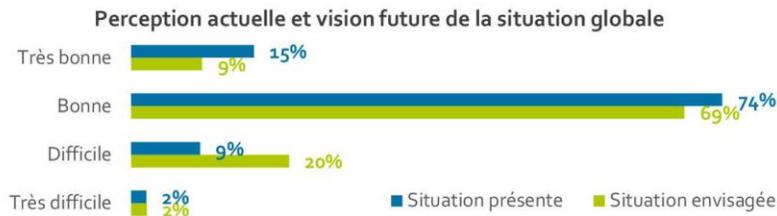
■ En diminution ■ Stable ■ En augmentation

Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106

## PROJECTION VERS L'AVENIR

### UN AVENIR ENVISAGÉ UN PEU MOINS POSITIVEMENT QUE LE PRÉSENT

La comparaison entre les avis des répondants concernant leur situation actuelle et la vision projetée pour les mois à venir semble teinté d'un léger pessimisme. La part de répondants qui juge leur situation « très bonne » ou « bonne » diminue 11% quand il s'agit d'envisager l'avenir, alors que celle des associations qui la juge « difficile » aujourd'hui augmente de 11% dès lors qu'elles pensent au futur.



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 101

### Perception actuelle et projection selon les différents critères

	Bénévolat dans l'association		Finances de l'association		Relations avec les partenaires publics		Relations avec les usagers, adhérents	
	Présent	Futur	Présent	Futur	Présent	Futur	Présent	Futur
Très difficile	5%	5%	7%	8%	5%	5%	0%	1%
Difficile	27%	27%	41%	45%	14%	14%	8%	8%
Bonne	48%	57%	47%	42%	64%	70%	62%	70%
Très bonne	20%	10%	6%	4%	18%	10%	30%	20%

Seules « les finances de l'association » connaissent une évolution qui voit croître le bloc « très difficile et difficile » dans les avis donnés par les associations concernant l'avenir par rapport au présent.

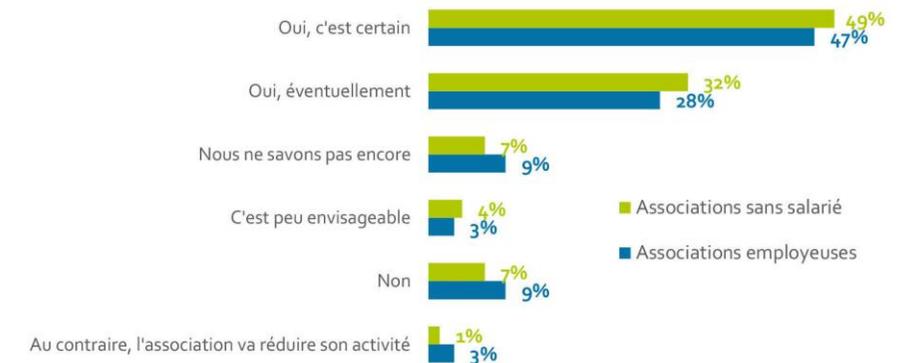
Pour les autres critères, il n'y a pas d'évolution entre les blocs « difficile et très difficile » et « bonne et très bonne ». Mais en interne du bloc « bonne et très bonne » il y a une baisse significative des situations perçues aujourd'hui comme « très bonnes » mais envisagées que comme « bonnes » à l'avenir.

### UNE VOLONTÉ FORTE DE MAINTENIR UN DÉVELOPPEMENT DES PROJETS

Les éléments qui ont précédé, concernant les difficultés actuelles et les projections des répondants quant à l'avenir, ont permis de mettre en avant le fait que de nombreuses structures se portent plutôt bien contrairement aux discours dominants à l'heure actuelle.

Ces éléments ont aussi mis en lumière une projection légèrement moins optimiste que l'avis porté sur la situation présente. Reste à savoir si dans ce contexte, avec un niveau de difficultés financières relativement important, les associations envisagent de maintenir un niveau d'activités croissant, misant sur le développement de projets et d'actions.

### Volonté de développer de nouveaux projets et de nouvelles actions



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing  
Interrogés: 106 / Répondants: 105

Il ressort de ces chiffres que les associations sont très majoritairement portées vers un développement des actions et projets. Il apparaît toutefois que les associations employeuses sont un peu plus nombreuses que les associations sans salarié à jouer la prudence en envisageant de stabiliser le niveau actuel, voire, pour quelques-unes d'entre elles, de réduire leurs activités.

## CRAINTES ET SOLUTIONS ENVISAGÉES

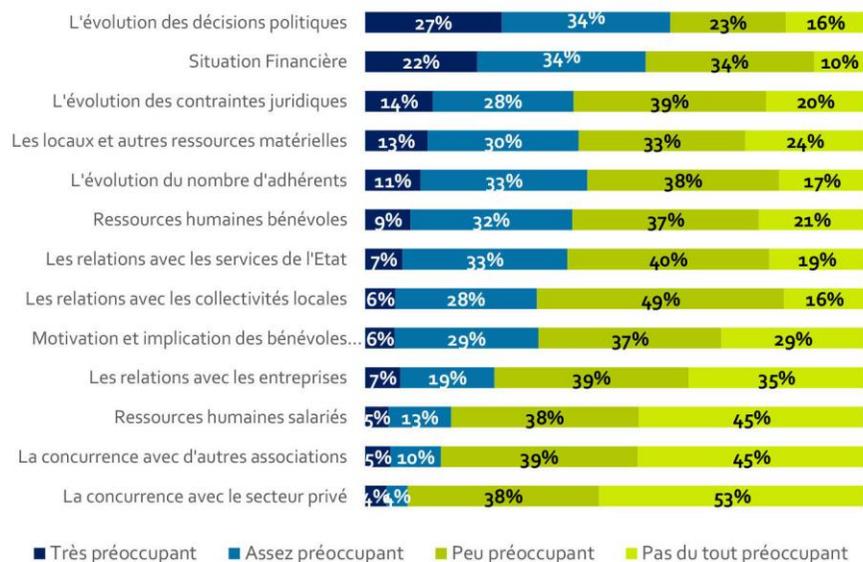
### DEUX INQUIÉTODES MAJEURES, AUCUNE CRAINTE DE LA CONCURRENCE

En cohérence avec le reste des précédents éléments, les deux principales craintes évoquées par les associations concernent « l'évolution des décisions politiques » ainsi que leur « situation financière. « L'évolution des contraintes juridiques » ainsi que la question des « locaux et ressources matérielles » apparaissent en second plan.

Au vu des réponses apportées, les autres éléments ne semblent pas constituer une réelle source d'inquiétude. La question des ressources humaines salariées ne touche évidemment pas l'ensemble des associations, seulement les employeuses.

La notion de concurrence, qu'il s'agisse des autres associations ou du secteur privé, semblent ne pas être du tout une source de préoccupations pour les associations répondantes.

Les sources d'inquiétude des associations



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing

### TROIS AXES PLEBISCITÉS, PEU D'ATTRAIT POUR L'ACCOMPAGNEMENT ET LES FORMATIONS

Les réponses souhaitées par les répondants face aux inquiétudes mentionnées sont peu surprenantes, au moins pour celles qui apparaissent comme les plus demandées : augmentation des moyens financiers, meilleure coopération avec les partenaires publics et un appui à la communication et la visibilité.

Un second groupe de propositions recueille un avis favorable : des conventions pluriannuelles et une simplification administrative. Les deux axes ayant pour objet de faciliter le travail administratif des associations.

Les répondants semblent ne pas envisager la montée en compétence comme un élément prioritaire : formations des bénévoles et salariés, ainsi que l'accompagnement personnalisé, sont peu évoqués comme nécessaires. Ces solutions se démarquent des autres en ce qu'elles nécessitent un effort de l'association ainsi qu'une capacité à envisager le moyen/long terme.

Les solutions envisagées



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing

## LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES PUBLICS

### LA VILLE DE TOURCOING, DE LOIN LE PRINCIPAL PARTENAIRE

Les Villes sont les premiers interlocuteurs des associations, cela se vérifie une fois de plus via ce baromètre. La Ville de Tourcoing apparait très nettement comme le principal partenaire – 3 associations sur 4 développent des liens avec la Mairie. Nettement plus bas mais en seconde position, apparaissent les autres villes, probablement celles de la Vallée de la Lys, ou Roubaix.

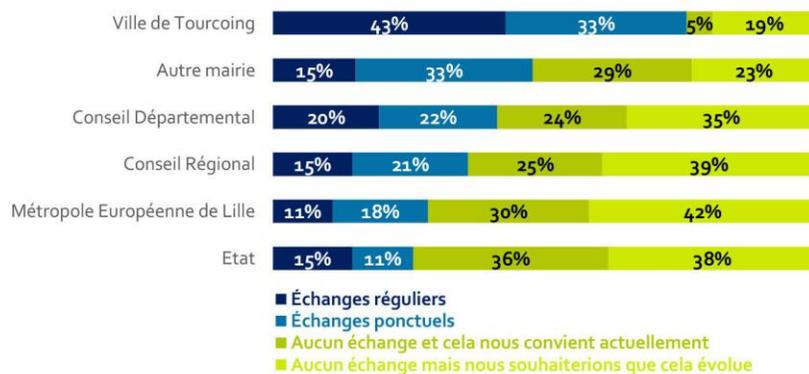
Le Conseil Départemental entretient des contacts avec presque 1 association sur 2, mais des liens davantage ponctuels.

La Métropole Européenne de Lille reste un acteur de second plan malgré la récente obtention de nouvelles compétences de cet échelon territorial, cela signifie que la mue n'a pas encore eu lieu.

La Région et l'Etat apparaissent peu parmi les réponses au sein du baromètre, cela tient à leur positionnement, qui est de soutenir principalement des têtes de réseaux qui irriguent ensuite le tissu associatif. Rien de surprenant donc à ce qu'ils apparaissent en retrait.

Les répondants expriment une forte attente de relations renforcées avec les partenaires publics, à l'exception des villes, dont les contacts sont déjà forts.

#### La fréquence des liens avec les partenaires publics



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing

### DES RELATIONS GLOBALEMENT BONNES AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

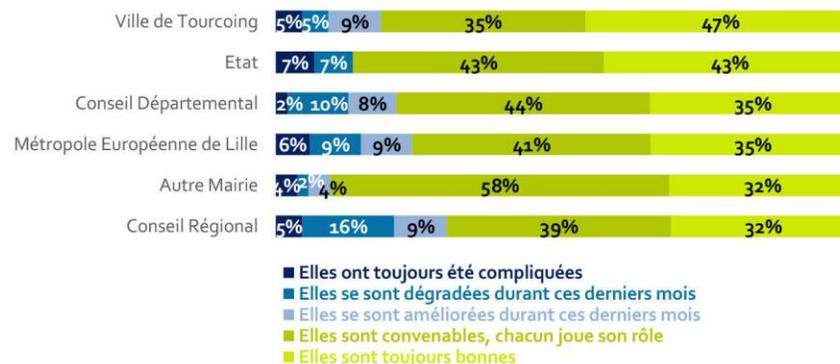
Les associations répondantes affichent une vision globalement positive de leurs échanges avec les pouvoirs publics. La Ville de Tourcoing, principal partenaire du tissu associatif, est l'acteur qui recueille le plus de réponses affirmant la bonne tenue des échanges. L'Etat, partenaire le moins présent, jouit également d'une image très positive au sujet des liens avec les associations.

Les villes autres que celle de Tourcoing sont celles qui bénéficient le plus de réponses mentionnant une relation convenable, au sein de laquelle chacun joue son rôle. Cela souligne une certaine neutralité, les échanges n'étant que ponctuels et sans doute non vitaux pour la survie de l'association, donc avec un niveau d'attente moindre.

Les associations mentionnant des relations qui ont toujours été compliquées sont très minoritaires, sans écart majeur entre les différents partenaires.

Un seul acteur public est plus fortement mentionné concernant des relations en dégradation : le Conseil Régional. Cela tient au double basculement récent : politique, avec le changement de majorité, et institutionnel, avec la fusion des régions et la nouvelle répartition des compétences dans le cadre de la loi Nouvelle Organisation Territoriale de la République.

#### La qualité des échanges avec les partenaires publics



Chiffres issus du Baromètre Associatif - Traitement réalisé par les MDA de Roubaix et Tourcoing

# ANNEXE 4



## Sports : panorama chiffré.

### LES GRANDS AXES D'INTERVENTIONS D'UNE COMMUNE

Mise en place de la politique sportive de la ville. Évolution des besoins : Privé, Public, Scolaire.

1) **Les équipements** : il s'agit de la construction, de la gestion et de la mise à disposition des équipements sportifs des terrains, des salles. (Entretien, sécurité, accueil).

2) **Le soutien** : Essentiellement orienté vers les associations sportives, il prend la forme de subventions ou de mise à disposition de matériel.

3) **L'animation** : Grâce au personnel spécialisé dans l'encadrement des activités physiques et sportives, les communes développent des politiques éducatives sportives en partenariat avec les écoles et les associations sur le temps scolaire et périscolaire.

L'éducation physique et la natation sont dispensées à partir de 7 ans (Cours préparatoire) dans les écoles publiques et privées de Tourcoing.

4) **La promotion des manifestations** : les communes participent activement à l'organisation des manifestations sportives, le plus souvent en harmonie avec les associations.

Pilotage de tout événement lié aux sports : Tg les Bains/Boucles Tourquennoises/Animations extra sportives liées aux écoles.....etc.

5) **La gestion administrative et juridique du personnel.**

6 **La gestion administrative et financière de l'office municipal des sports.**

**b) Personnel de la direction des sports.**

A ce jour 105 agents municipaux.

1) Administration : 1 directrice/ 5 chefs de service/ 5 secrétaires. (11 personnes)

2) Médiation : surveillance des installations, des équipements. Gestion des salles, Animation à Tourcoing plage (7 personnes).

3) Éducation physique scolaire et activités péri et extra scolaire) (16 personnes)

4) Entretien/gardiennage de l'ensemble des salles et terrains. (69 personnes).

**c) Installations sportives : Terrains :** 7 complexes sont en activité à ce jour et comprennent 13 terrains destinés principalement au football, au rugby et à l'athlétisme. 15 salles de sport, salle Léo Lagrange, salle d'escrime C d'Oriola , l'Atelier rue des Piats , la Piscine.

Une structure ; L'OMS (office municipal des sports) existe depuis 1977 sous la mandature de Mr Guy Chatiliez, Maire.

Il est déclaré et régi par les dispositions de la loi du 1/7/1901. Association sans but lucratif.

Il a pour objet général, en liaison avec les autorités politiques municipales et le service des sports, de soutenir, de faciliter, d'émettre toutes démarches tendant à développer la pratique de l'éducation physique et des sports et le contrôle médico-sportif.

D'émettre également toutes propositions sur les subventions municipales ainsi que la bonne utilisation des installations sportives.

Il est force de proposition dans un rôle consultatif.

L'OMS est administré par un comité directeur de 35 membres.

24 sont élus pour 3 ans par les clubs lors de l'assemblée générale, ces membres actifs ont pouvoir de vote en commission. Ils sont rééligibles par tiers chaque année.

7 élus municipaux \*/ 3 fonctionnaires municipaux \*/ 1 représentant de l'union post scolaire\* (\*N'ont pas droit de vote.)

B) Le comité directeur comprend en son sein un bureau composé de :

1 Président : notre adjoint de tutelle.\* / 1 premier Vice Président. / Plusieurs vice- Présidents suivant

Le nombre de commissions. (6) / 1 secrétaire 1 secrétaire adjoint. 1 Trésorier, 1 trésorier adjoint, 3 Accesseurs.

La présidence de notre OMS est assurée par l'adjoint aux sports, dans bien des communes ou un OMS fonctionne, cette présidence est attribuée à une personne sans pouvoir politique

Les commissions sont au nombre de 6 et se réunissent en fonction des sujets traités et de l'actualité. Elles sont animées par les présidents de commissions. Leurs travaux sont portés à la connaissance de l'ensemble des membres de l'OMS au comité directeur qui se réunit au minimum une fois par trimestre.

Après chaque assemblée générale annuelle, les membres élus choisissent leur commission en fonction de leurs affinités et de leurs compétences, ils peuvent également s'insérer dans plusieurs commissions.

**A) Commission' animation "** elle gère les événements sportifs (tournois, manifestations et galas) ainsi que l'organisation de l'assemblée générale.

- A sa disposition l'enveloppe "Patronages" de 33 000€ en relation avec la commission des finances à partir de barèmes selon l'importance de la compétition. (Ex : tournois locaux, régionaux, nationaux internationaux)

**B) Commission "accompagnement juridique"** accompagne et oriente les clubs sportifs vers les structures juridiques compétentes afin de les aider en amont ou aval, dans l'élaboration de leurs dossiers et dans les éventuels problèmes rencontrés.

- Pas de subside à sa disposition. Si démarches, sommes prises sur le fonctionnement de l'OMS.

**C) Commission "médico-sportive"** : organisation et planification des visites médicales dans les structures municipales des sportifs en vue de l'attribution de leur licence. Implication dans tout domaine de santé relatif au sport.

Budget pris sur le fonctionnement de l'OMS.

**D) Commission "Niveau national et Écoles de sports"** :

En sports collectifs : elle attribue aux clubs évoluant au niveau national des subventions en fonction de leur hiérarchie et de leur discipline.

En sports individuels : ces sommes sont également données en regard de l'athlète selon un barème bien défini. (Inscription sur les listes ministérielles de haut-niveau)

Budget de cette subvention pour 2015 : 169 900€

Une ligne de subvention est également inscrite pour ces mêmes clubs (Encadrement) consistant à dédommager ces derniers des frais d'entraîneurs.

- Budget de cette subvention pour 2015 : 125 716€

Les écoles de sports (jeunes sportifs de 5 à 14ans dans toutes les disciplines) sont subventionnées en fonction du nombre de participants.

- Budget de cette subvention : 8 847€

**E) Commission : "Salles et terrains et éthique sportive"** : Elle veille à la bonne utilisation de l'occupation des aires de jeux. Des contrôles systématiques de présence sont effectués par les membres de cette commission. Elle apporte aussi son regard sur l'état des installations municipales en harmonie avec le personnel de la direction des sports.

Elle met à l'honneur des actions de bon comportement de sportifs individuels ou de clubs passés dans la saison sportive.

- Pas de budget pour cette commission.

**F) Commission "finances"** : Elle collecte à partir d'un dossier transmis aux clubs et retourné à la direction des sports les principales demandes de subventions qu'un club peut prétendre à disposer pour sa saison sportive suivante. Ces dossiers sont particulièrement étudiés par la direction des sports et ensuite contrôlés par les membres de cette commission pour validation.

1) Sur les subventions de fonctionnement : 375 231€ réparties à partir de 3 critères.

Une somme allouée par Dirigeant

Une somme allouée par Compétiteur

Une somme allouée par Kilomètres parcourus en déplacement. (Championnats et coupes)

Les sommes allouées aux clubs sont ainsi proportionnelles à l'effectif et aux déplacements. Ces affectations correspondent ainsi aux dépenses de base d'une association.

2) Un dédommagement d'environ 35% des frais d'arbitrages supportés par les clubs. 22000 euros

## **Autres attributions :**

**Le bureau de l'OMS** est investi également de la répartition de l'enveloppe "**Sports pour Tous**" d'un montant de 150 000€ répartis sur 5 critères :

Non imposables / Écoles de sports/Personnes handicapées /Formations/Jeunes moins de 18 ans.

**La subvention de fonctionnement de l'OMS** : elle dispose d'une somme de 8 130€ répartie principalement : Au traitement des médecins lors des visites, à l'achat de matériel médical, aux dépenses d'assemblées générales (coupes et cadeaux), à quelques abonnements et assurance.

En conclusion et pour le domaine financier dans le budget municipal 2015 "encouragement aux sports" la subvention est de : 1 672 234€ au budget 2015.

Celle de l'adjoint 779 410€ soit 46.60%

Part de l'adjoint : Attributions :

- 1) Aide supplémentaire aux clubs de haut niveau par des contrats d'objectifs sur : le TLM/ l'USTFC /La ST Michel basket/ Les Enfants de Neptune Lille Métropole /Les Enfants de Neptune de Tourcoing/Le club Tourquennois d'Arts Martiaux.)
- 2) L'assistance aux événements de renommée internationale : Tournoi de basket de la Jeune Garde/Boucles Tourquennoises de l'UST Athlétisme.
- 3) Aides vers quelques associations institutionnelles.
- 4) Des subventions diverses à d'autres disciplines et clubs non retenues par l'OMS. (Foot en salle etc.)/ Pour des projets handisports. /Pour diverses aides ponctuelles.

## POPULATION SPORTIVE A TOURCOING

Concernant la saison sportive 2014/2015 : 9450 licenciés à l'OMS pratiquent dans 62 clubs sportifs Tourquennois et évoluent sur 32 disciplines sportives.

SAISON 2014/2015 NOMBRE DE LICENCIES ET DE DISCIPLINES SPORTIVES					
BUDGET 2015	DISCIPLINES	BUDGET 2016 RANG	BUDGET 2016 N.CLUBS	BUDGET 2016 N.LICENCIERS	BUDGET 2016 %
1699	Football	1	10	1862	19,7
775	Arts martiaux	2	4	862	9,12
626	Tir	4	2	619	6,55
621	Basket ball	3	4	652	6,90
569	Volley ball	5	3	537	5,68
439	Tennis	6	1	453	4,79
393	Athlétisme	7	1	415	4,39
393	Tennis de table	8	5	413	4,37
303	Rugby	11	1	304	3,22
300	Hand ball	9	1	323	3,42
271	Gym entretien	13	3	268	2,84
265	Handisport	15	2	237	2,51
246	Natation water polo	10	1	322	3,41
240	Gymnastique	12	1	269	2,85
226	Lutte	16	1	220	2,33
201	Danse	14	1	247	2,61
201	Boxe	17	2	186	1,97
182	Multisports	18	2	170	1,80
142	Patinage	19	2	138	1,46
133	Rink-hokey	20	1	137	1,45
114	Grs	21	1	120	1,27
91	Roller	23	1	89	0,94
90	Boules pétanques	22	2	94	0,99
89	Escrime	25	1	80	0,85
80	Aquagym	24	1	84	0,89
75	Cyclo	27	2	62	0,66
55	Florbal	28	1	58	0,61
50	Tir a l'arc	29	1	52	0,65
50	Echiquier	30	1	46	0,49
43	Badminton	26	2	77	0,81
36	Escalade	31	1	37	0,39
15	Canoë	32	Avec escalade	17	0,18
9013			62	9450	100%

# ANNEXE 5 .



## UN REGARD A L'ECHELLE METROPOLITAINE :

### L'agence d'urbanisme de la métropole auditée

Face au défi des recompositions territoriales et à la compétition de plus en plus forte entre grandes capitales régionales, la Métropole Européenne de Lille a besoin d'affirmer son positionnement à grande échelle et d'afficher sa capacité à se structurer autour de grands enjeux fédérateurs d'intérêt métropolitain. Le contexte économique actuel contraint la possibilité d'afficher de nouveaux grands projets d'aménagement emblématiques pour les années à venir. A l'opposé, les plus petits projets d'échelle locale, nécessaires mais souvent dispersés, ne permettent pas de donner à voir un développement lisible et ambitieux, à la hauteur des enjeux d'une métropole européenne en formation.

Comment s'incarnent spatialement les enjeux de développement incontournables pour l'influence régionale de la métropole: accessibilité, attractivité touristique et économique, environnement et transition énergétique, équilibres socio-spatiaux, etc. ? Quels sont les grands secteurs qui concentrent des dynamiques et des enjeux à forte valeur ajoutée? Quels sont les territoires dont la mutation urbaine peut bénéficier à l'ensemble des métropolitains? Issue des travaux du SCOT, la démarche « Territoire de projets » propose d'identifier ces grands territoires en devenir. Elle a pour objectif de fédérer sur ces secteurs les différents acteurs publics et privés (collectivités, SPL ou

SEM, CCI, entreprises, promoteurs et bailleurs, etc.) autour d'objectifs communs, et d'ainsi faire converger les projets vers une ambition cohérente à l'échelle métropolitaine, de façon complémentaire aux différents dispositifs locaux déjà existants.

#### **RENVERSER LE PHENOMENE D'APPAUVRISSMENT DU VERSANT NORD-EST**

Reconnu pour son rôle structurant dans la constitution urbaine, sociale et culturelle de la métropole, le bassin de vie qui s'articule autour de Roubaix Tourcoing et Wattrelos représente un potentiel de développement important pour l'ensemble de la métropole (main d'oeuvre jeune, créativité, richesse du patrimoine, potentiel transfrontalier, etc.).

Le phénomène d'accroissement et d'extension de la pauvreté qu'il connaît aujourd'hui constitue néanmoins une menace réelle pour la polarité métropolitaine de Roubaix, et plus largement, pour l'équilibre social et l'image de l'ensemble du territoire.

Ce phénomène nécessite une stratégie urbaine intégrée et pragmatique, à large échelle, pour comprendre cette dynamique et réussir à l'inverser. Le nouveau programme de rénovation urbaine doit être considéré comme une opportunité pour dépasser le champ de la politique de la ville, et interroger en profondeur l'avenir de ce grand bassin de vie métropolitain. Face à cette lecture et aux perspectives identifiées pour notre secteur, quelques éléments de réflexion pouvant alimenter la réflexion sur l'attractivité de la ville.

## ***LES ENJEUX TOURQUENNOIS AU CŒUR DE LA METROPOLE***

Il paraît indispensable d'aborder la question tourquennoise en ayant clairement identifié les perspectives métropolitaines. Pour permettre à notre ville de garder son identité, de la valoriser mais surtout pour la positionner de manière volontariste et prospective dans un mouvement qui touche toutes les métropoles à l'échelle nationale. Penser l'avenir et l'attractivité de Tourcoing sans connaître ni analyser ces tendances serait prendre le risque de penser notre ville hors de la réalité et de ne pas pouvoir anticiper les contraintes et les opportunités. Ce serait également prendre le risque de ne pas y jouer un rôle majeur et de subir une évolution inéluctable.

## ***UNE APPROCHE QUI NE REMET PAS EN CAUSE LE BESOIN D'UNE IDENTITE FORTE POUR LA VILLE***

Penser à l'échelle métropolitaine ne débouche pas forcément sur la relégation des villes moins importantes comme "banlieue" ou dortoir vis à vis de Lille. Le risque pourrait être, au contraire, de ne pas identifier les dynamiques d'attractivité du cœur métropolitain et de ne pas s'y positionner de manière volontariste. Cela rend peut-être plus indispensable encore la capacité à définir et à afficher une identité forte, qui à ce jour fait défaut pour Tourcoing.

Il peut, au niveau métropolitain, ressentir une incompréhension sur le positionnement et la discrétion de Tourcoing au regard des atouts que comporte la ville.

## ***LA VOLONTE DE DEFENDRE ET PENSER UN CENTRE VILLE PEUT PERDURER***

Non, la notion de centre ville n'est pas obsolète même si le contexte a fortement changé. Toutefois, comme déjà évoqué par d'autres interlocuteurs cette volonté doit être forte et pensée dans le cadre d'un projet concernant l'ensemble de la ville. Pour Tourcoing, au-delà des aspects économiques prégnants, dans une approche plus systémique entre le centre et la réalité de l'attachement viscéral aux quartiers.

## ***LA DYNAMIQUE DE DECLASSEMENT ET DE PAUVRETE CENTRALE SUR NOTRE TERRITOIRE***

C'est un aspect central à prendre en compte et l'entrée retenue par la MEL pour notre secteur (R/T/W).

L'attractivité est donc centrale sur ces questions mais conditionnée à la capacité du secteur et des villes concernées à inverser, voire à mieux travailler à l'équilibre des territoires.

Tourcoing selon l'avis de nos interlocuteurs semble avoir maintenu un niveau de mixité sociale plus important. Ce n'est pas sans poser de difficultés, mais c'est un atout pour le développement.

# ANNEXE 6.



## LE PROJET POLE GARE A LORIENT

### **Intervention d'Olivier LE LAMER , premier adjoint au maire de Lorient, au débat de synthèse de l'exposition « les villes en mouvement »**

« Je vais tâcher de vous présenter le projet intermodal de la nouvelle gare de Lorient. L'agglomération de Lorient c'est 205 000 habitants, 25 communes depuis le 1er janvier 2014 car l'agglomération s'est agrandie de 6 nouvelles communes dans le cadre d'une fusion qui a agrandi le périmètre de 40% pour un gain de 15 000 habitants, ce qui pose des problèmes de mobilité. L'histoire de la ville et du territoire est assez récente. Lorient est une ville 2 fois nouvelle. Elle a été créée par une ordonnance royale de 1666 de façon à doter l'état d'une marine marchande pour commercer avec les Indes Orientales, d'où le nom de Lorient, d'abord limité à la citadelle de Port Louis avant que la compagnie des Indes ne s'installe sur le périmètre communal de Lorient dont le territoire est irrigué par la mer, une rade, un fleuve et une rivière. La tradition de l'activité c'est la construction navale, aujourd'hui militaire, par le biais de l'entreprise DCNS. C'est aussi un pôle « courses au large » de renom car de nombreuses team sont ancrées sur la base des sous marins, nous avons aussi une tradition de pêche – 1er port français de pêche en valeur devant Boulogne-. On est tourné vers la mer, nous allons bientôt accueillir des structures éoliennes flottantes au large de l'île de Groix.

La 2ème Guerre Mondiale a vu la ville rasée à plus de 80%, avec une renaissance dans les années 50. La Marine est intervenue dans le cadre de la base des sous marins. Tout le secteur maritime en lien avec la construction navale s'est aussi installé et a fait l'objet, pour partie, d'une rétribution navale à la ville en 2007. Dans les années 90, la base des sous marins a vu le départ de la Marine, 6000 emplois ont disparu. Il a fallu recréer une base dédiée aux « courses au large » et aux loisirs nautiques. Nous avons également l'université de Bretagne Sud, qui a pour particularité d'être présente sur les villes de Vannes et de Lorient, et dont 6000 étudiants sont à Lorient. Il y a aussi de grands espaces publics, dont un espace aquatique, un stade au centre ville, un grand théâtre, un parc urbain en rénovation dans les années qui viennent et en restructuration sur 2020. Des bâtiments publics aussi avec la ZAC du Péristyle, le déménagement d'un hôpital qui s'est déplacé sur un secteur militaire en mutation. Nous avons de nombreux espaces à découvrir et à aménager en bordure de côtes, essentiellement c'était auparavant d'anciennes emprises militaires. Le secteur du quartier de la gare va connaître de grands projets, elle tourne aujourd'hui le dos au centre ville, nous allons réinsérer ce secteur en intervenant sur des friches, ferroviaires pour l'essentiel.

Le territoire, en matière d'accessibilité, a connu la mise en oeuvre dans les années 70 d'une route nationale qui partage l'agglomération en deux. Au sud, c'est le coeur urbain et plus récemment, un hameçon qui vient accrocher le coeur de ville. Nous avons aussi un projet de bus à haut niveau de service qui va venir animer l'intermodalité de la gare avec un premier tronçon réalisé en 2007 avec la création d'un pont urbain reliant Lorient et Lanester, et un projet reliant l'est et le sud ouest qui sont des pôles urbains relativement denses. Le secteur de gare est à la jonction de 3 projets qui rythment l'actualité urbaine de l'agglomération : le pôle multimodal qui met en valeur les lignes de TGV sur la section ouest et notamment la liaison Le Mans-Rennes, nous serons bientôt à moins de 3 heures de la capitale contre plus de 4 heures aujourd'hui pour les trajets les plus rapides. Nous avons aussi un projet de bus à haut niveau de service qui va desservir des villes de proximité d'environ 20 000 habitants

chacune. Le secteur de la gare, qui outre le projet de mobilité va consacrer un nouveau quartier de la ville sur plus de 15 ha qui sont en renouvellement urbain et que nous allons travailler.

Sur le territoire Lorientais, il y a un triplement des voyages en TER avec une politique très offensive de desserte à l'échelle de la Bretagne. Nous souhaitons aussi mieux connecter le ferroviaire avec les transports en commun, mais c'est aussi une opportunité de refaire de la ville et de faire revenir les habitants en centre ville. Le projet urbain de la gare s'est bâti dans le cadre d'un plan guide, confié à l'agence Nicolas Michelin, qui nous a proposé de réhabiliter des secteurs aujourd'hui désertés, de composer des quartiers sous forme d'îlots de part et d'autre du faisceau ferroviaire dans le cadre de la reconstruction de la ville qui a vu des équipes d'architectes très différents opérer mais sous la férule d'un chef d'orchestre. C'est un peu l'idée de ce que nous avons voulu confier à Nicolas Michelin. Il s'est inspiré de la dynamique des phares pour proposer des émergences urbaines qui renouent avec la hauteur et la densité. Ce sont des événements à l'arrivée de la gare, et de nouvelles voies comme pour le bus à haut niveau de service qui viendront s'appuyer sur de l'existant. Le secteur de la gare sera irrigué par des flux automobiles, piétons mais aussi vélo.

Depuis la gare, la desserte ferroviaire tous modes confondus s'équilibre à l'échelle nationale pour 1/3 avec beaucoup d'affluence vers la région parisienne, 1/3 à l'échelle régionale et 32% en direction du bassin de vie et d'emploi. La mobilité consacre les modes actifs, 50% de l'arrivée à la gare se fait à pied. C'est un atout qu'on a voulu conforter, même si on souhaite renforcer l'arrivée en vélo. Cette tendance est aussi révélée par l'utilisation des transports en commun, nous avons à proximité de la gare une gare d'échange. L'arrivée automobile représente moins de 20% des voyages en direction de la gare.

Il y a 3 projets concomitants avec des maitrises d'ouvrage qui interviennent sur un même site. D'abord une ZAC concernant le quartier Gare dont la maitrise d'ouvrage est confiée à l'agglomération. Un projet de BHNS dont les ouvrages ont démarré et se termineront en 2017 en même temps que l'arrivée des lignes à grande vitesse sur Lorient, et un pôle d'échange multimodal dont une partie va être réalisée au Sud jusqu'en 2017 et un 2ème volet qui connectera le nord du faisceau ferroviaire. Le coût global de la gare est de 58 millions. L'essentiel de l'investissement vient de l'agglomération, à hauteur de 30 millions. Les travaux devraient nous amener jusqu'en 2019-2020 avec une orchestration complexe. Il y aura un bâtiment ferroviaire, des bâtiments d'administrations, nous allons détruire un centre des impôts. Sur les friches ferroviaires nous allons refaire de la ville. Le pôle multimodal intègre toutes les exigences de mobilité sur un coeur de ville et un coeur d'agglomération.

La gare sera un bâtiment en forme de coque de navire, dont le maître mot est la transparence pour révéler les mobilités associées à la desserte des voies ferroviaires, et préserver l'accès automobile. Nous aurons des stationnements enterrés en lien avec les projets immobiliers, et puis les dessertes taxis seront prévues de part et d'autre, 300 places de stationnement vélo et une orchestration de l'intermodalité avec les réseaux collectifs urbains. Le bâtiment sera longitudinal, et accueillera de l'information voyageur, une passerelle vers le nord de la gare, de nouveaux quais TER en bordure immédiate de la gare et une arrivée des transports en commun en proximité immédiate du bâtiment. L'entrée du bâtiment est caractérisée par la vision urbaine de l'AREP, le site bénéficie d'un voile de béton qui en fait une architecture très agréable.

Le bâtiment gare a une composition architecturale très galbée, faisant appel aux matériaux naturels et au bois. Ce projet a été l'occasion de prouesses techniques, notamment le montage de la passerelle de nuit. »