

Commission économie

Atelier n°6

Attractivité du territoire : image, positionnement et enjeux



Sommaire

- 1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions**
- 2. La visibilité et notoriété du territoire**
- 3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines**
- 4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT**
 - **Armature et attractivité économique**
 - **Attractivité résidentielle**
 - **Synthèse**
- 5. Quelles ambitions pour demain ?**

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions

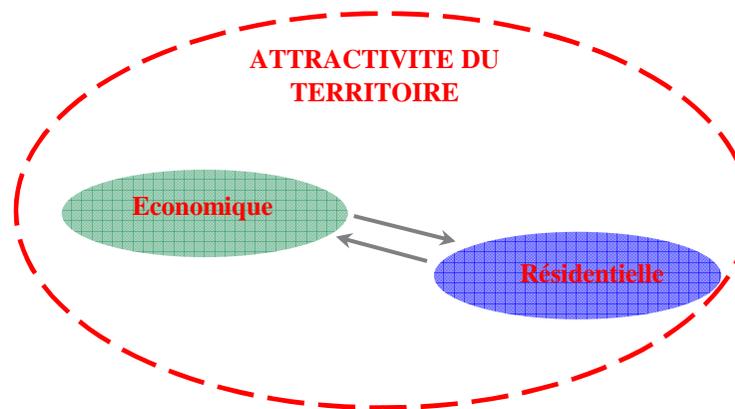
Image et visibilité :

- Concept :
Perception du territoire du SCOT par le monde extérieur
- Interrogations :
 - Le territoire est-il connu ou reconnu ?
 - A-t-on une vision positive, négative, sans jugement du territoire du SCOT ?

Positionnement :

- Place du territoire sur l'échiquier régional, national et européen dans les différentes composantes tels l'économie, le tourisme ou la culture

Attractivité :



Capacité du territoire à attirer et à retenir des populations, des entreprises, des activités voire à susciter la création d'activités. Elle est comprise dans un sens large qui concerne à la fois les enjeux de la démographie, de l'habitat, de l'économie.

Démarche SCOT Témoins

Sommaire

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions
2. **La visibilité et notoriété du territoire**
3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines
4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT
 - Armature et attractivité économique
 - Accessibilité
 - Fonctions de production
 - Fonctions d'échanges
 - Fonctions d'accueil
 - Fonctions stratégiques et décisionnelles
 - Attractivité résidentielle
 - Synthèse
5. Quelles ambitions pour demain ?

2. La visibilité et notoriété du territoire

→ LE RELAIS PRESSE

Quelle image du territoire dans la presse nationale ?

La presse nationale (ex: l'Express, Le Point...) communique sur le territoire. Ces revues font certes une analyse très critiquable mais celle-ci est largement diffusée et peut avoir un impact...

Exemple : classement réalisé par le Point en Avril 2008 « Où vit-on le mieux en France ? les 100 plus grandes villes au banc d'essai »

Boulogne-sur-Mer est classée au 99 rang au classement général.

Le classement global est effectué à partir d'une étude sur 10 thèmes :

<i>Où travailler : données sur le chômage :</i>	<i>99/100</i>	<i>Ville riche :</i>	<i>99/100</i>
<i>Investissements, dynamisme :</i>	<i>99/100</i>	<i>Où étudier :</i>	<i>62/100</i>
<i>Où se loger :</i>	<i>86/100</i>	<i>Ville agréable :</i>	<i>31/100</i>
<i>Sécurité routière :</i>	<i>13/100</i>	<i>Où se distraire :</i>	<i>95/100</i>
<i>Ville dangereuse :</i>	<i>63/100</i>	<i>Dynamique démographique :</i>	<i>63/100</i>

2. La visibilité et notoriété du territoire

→ LES EVENEMENTS SPORTIFS ET CULTURELS

Les évènements sportifs et culturels peuvent être un support de communication et de notoriété du territoire

Ex : Club de football

Championnats internationaux de sport

Concours hippiques de Neufchâtel-Hardelot

Départ de la Course du Figaro

Exposition Mariette...

2. La visibilité et notoriété du territoire

→ LES EQUIPEMENTS STRUCTURANTS D'ENVERGURE NATIONALE et INTERNATIONALE

Nausicaà :

*12^{ème} site touristique non
culturel français
1^{er} site en Nord Pas de
Calais*



Sommaire

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions
2. La visibilité et notoriété du territoire
3. **La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines**
4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT
 - Armature et attractivité économique
 - Accessibilité
 - Fonctions de production
 - Fonctions d'échanges
 - Fonctions d'accueil
 - Fonctions stratégiques et décisionnelles
 - Attractivité résidentielle
 - Synthèse
5. Quelles ambitions pour demain ?

3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines

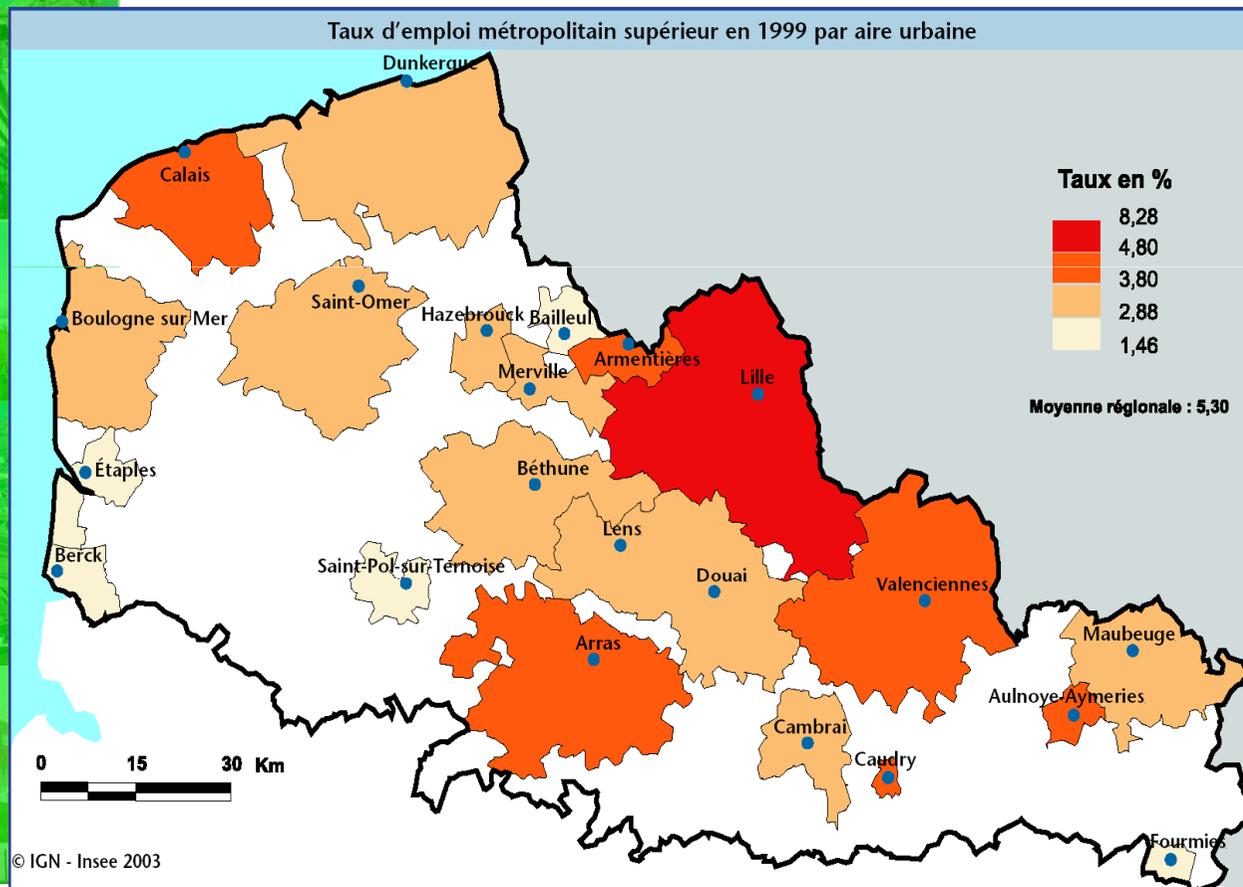
Les fonctions métropolitaines supérieures en question :

- *Sous-entendent un haut niveau de qualification de type cadre ou ingénieur et font référence à un contenu décisionnel élevé*
- *Contribuent à l'image de marque d'une ville*
- *Leur objectif :*
 - *Identifier les forces et faiblesses du territoire*
 - *Donner des indices du dynamisme, du positionnement et de l'attractivité du territoire*
 - *Préparer une stratégie de développement*
- *Les 11 fonctions métropolitaines selon l'INSEE*

• Art	• Informatique
• Banque-Assurance	• Recherche
• Commerce	• Services aux entreprises
• Commercial dans l'industrie	• Télécommunications
• Gestion	• Transports
• Information	

3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines

L'emploi métropolitain supérieur (emplois de haut niveau de qualification)



Emploi métropolitain supérieur

Basé sur les professions, les niveaux de qualification et les secteurs d'activités

Les chiffres 1999:

- Nord Pas-de-Calais :
1,4 millions d'actifs
5,8 % d'EMS
- Lille :
58 % des EMS de la région
- Aire Urbaine de Boulogne-sur-Mer
(39 des 45 communes du SCOT) :
3,5 % d'EMS/la population active
8^{ème}/21 aires urbaines

3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines

L'emploi métropolitain supérieur (emplois de haut niveau de qualification)

Répartition des emplois métropolitains supérieurs par fonction											
	Principales aires urbaines du Nord-Pas-de-Calais								Ensemble des aires urbaines		
	Lille	Douai Lens	Valenciennes	Béthune	Dunkerque	Boulogne- sur-Mer	Calais	Arras	Nord Pas-de-Calais	Province	France
Art	3,8	4,4	5,4	5,7	2,8	6,3	4,2	2,3	4,2	6,6	6,7
Banque-Assurance	9,8	8,5	5,8	5,0	4,2	6,5	5,4	16,9	8,6	7,4	8,4
Recherche	16,8	14,7	23,6	16,5	17,5	12,7	12,8	13,4	16,3	18,8	15,5
Commerce	12,7	11,8	12,4	11,9	9,7	14,9	7,6	13,7	12,6	12,3	11,4
Commercial dans l'industrie	5,1	4,6	6,4	6,1	4,3	5,0	4,6	4,2	5,4	4,7	4,3
Gestion	6,1	11,8	12,1	18,6	15,7	15,5	11,2	8,7	9,3	7,7	6,3
Services aux entreprises	33,9	27,9	21,1	19,7	22,9	19,3	29,3	27,8	29,8	27,2	31,6
Télécommunications	4,0	5,6	4,2	6,8	1,5	5,3	3,1	5,7	4,1	4,9	4,3
Transports	4,9	7,9	7,2	5,9	16,6	9,0	19,3	5,7	6,7	6,2	5,9
Informatique	0,9	0,9	1,0	1,8	2,9	2,3	0,6	0,9	1,1	1,8	2,0
Information	2,1	1,9	0,8	2,0	1,9	3,3	1,9	0,6	2,0	2,3	3,3
Total en pourcentage	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total en nombre	37 717	5 245	4 517	2 339	3 297	1 597	1 931	2 641	65 030	859 901	1675 453
Taux d'emploi métropolitain supérieur	8,3	3,4	4,0	3,0	3,5	3,5	4,2	4,7	5,7	6,4	9,0
Poids de l'aire urbaine dans la région	58,0	8,1	6,9	3,6	5,1	2,5	3,0	4,1	100,0		

Source : Insee - Recensements de la population 1990 et 1999

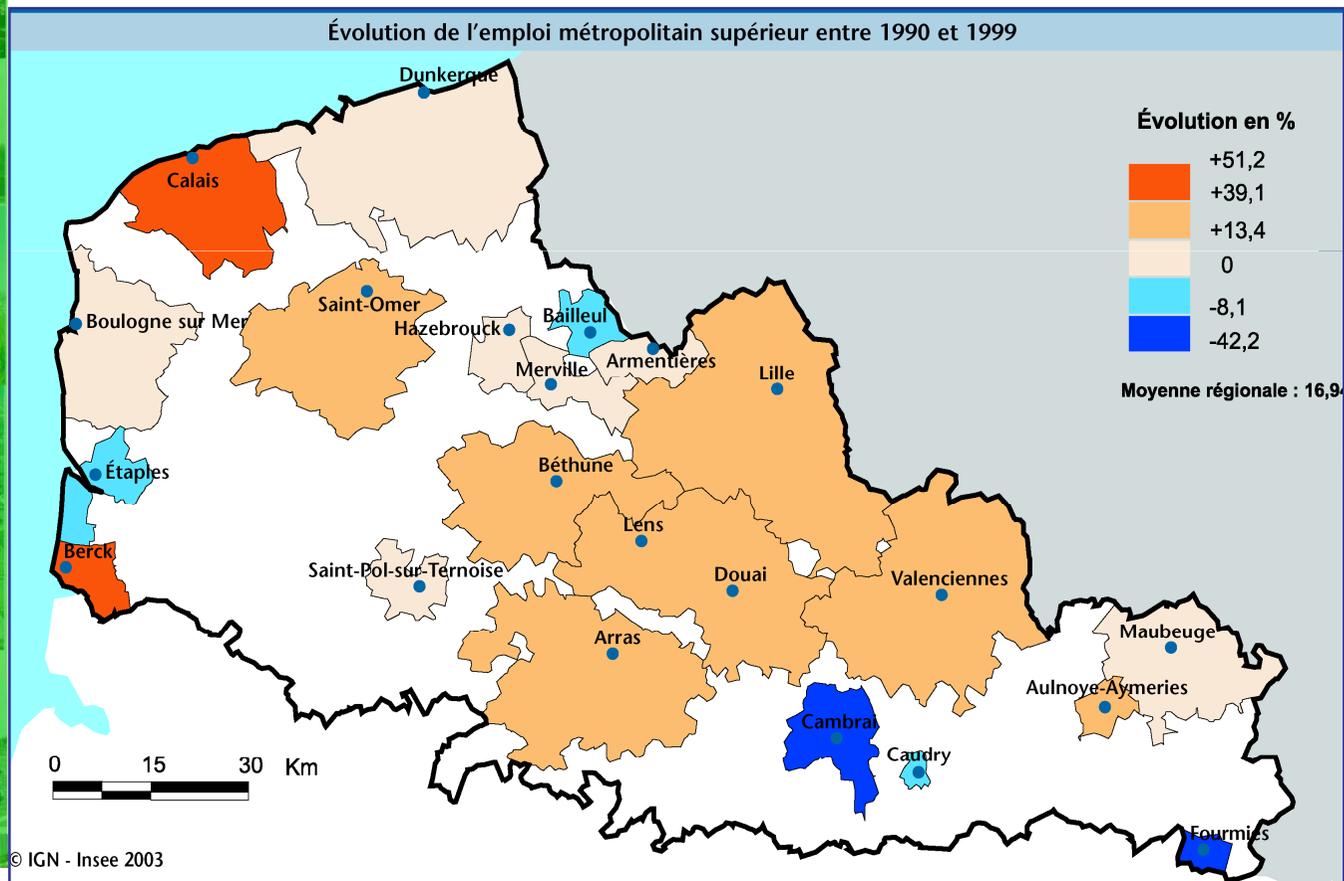
Répartition des EMS

- Poids de l'Aire Urbaine de Boulogne-sur-Mer : 2,5 % des EMS de la région
- Supérieur à la moyenne régionale et nationale : Commerce, Gestion, télécommunications, transports
- Inférieur à la moyenne régionale et nationale : Banque-Assurance, Recherche, Services aux entreprises

Boulogne-sur-Mer tire parti de sa façade littorale placée au cœur de l'Europe avec un taux de fonctions métropolitaines liées au transport supérieur aux autres aires urbaines françaises

3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines

L'emploi métropolitain supérieur (emplois de haut niveau de qualification)



Evolution 1990 - 1999:

- Nord Pas-de-Calais :
+ 17 %

- Aire Urbaine de
Boulogne-sur-Mer :
Pas d'évolution
significative

Sommaire

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions
2. La visibilité et notoriété du territoire
3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines
4. **Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT**
 - Armature et attractivité économique
 - Attractivité résidentielle
 - Synthèse
5. Quelles ambitions pour demain ?

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Boulogne sur Mer et son territoire vécu classé dans la catégorie des agglomérations moyennes/ 52ème aire urbaine française

Agglomération moyenne

Intercommunalités incluses dans des aires urbaines de 30 000 à 200 000 habitants

Strate de population en 1999	Population 1999
Paris	11 174 743
Métropole européenne	de 1 million à plus d'1 million
Métropole moyenne	200 à 500 000
Ville moyenne	30 000 à 200 000

Ex : Lille, Lyon

Ex : Rennes, Rouen

La ville moyenne (son agglomération) joue un rôle différent et stratégique de la ville moyenne des années 70 : dans un contexte de mobilité et d'inversion des flux migratoires vers les espaces ruraux et périurbains, la ville moyenne est une charnière entre l'échelle globale et l'échelle locale, entre espaces polarisés et espaces ruraux.

Elle peut être l'agent de démultiplication sur le territoire de la compétitivité productive, de la qualification des services, de l'excellence des formations, de l'attractivité résidentielle.

La production de richesse et d'emplois ne sont plus l'apanage des métropoles

(Source : DIACT)

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ ACCESSIBILITÉ : INFRASTRUCTURES DE TRANSPORTS

Les atouts :

- Une desserte régionale (RN42) et nationale (A16)
- La connexion avec le réseau routier nord européen
- La liaison directe entre Boulogne Port et le réseau autoroutier (A16 Port)
- Un TGV régional qui met Lille à 1h et Paris à 2h
- La proximité du tunnel sous la manche
- La liaison Boulogne/Douvres, plus courte ligne entre Londres et Paris

Les manques et difficultés :

- La liaison littorale et espaces internes
- Le manque d'alternative à la voiture pour les liaisons avec Dunkerque et l'Est du Département (Arras)



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ ACCESSIBILITÉ INFORMELLE : RESEAUX DE COMMUNICATION

Haut Débit

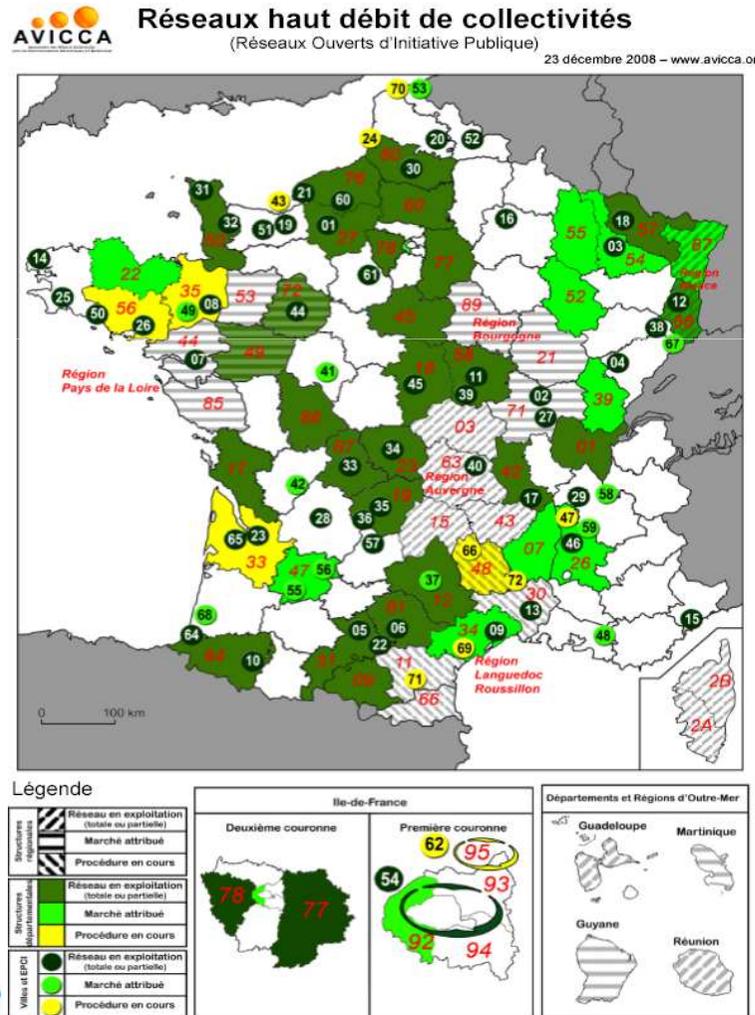
- Une couverture quasi complète du territoire : 45 communes / 53 ont au moins une offre ADSL : selon France Télécom
- Des zones d'ombres en cours de résorption

Très haut débit

- Un territoire bien doté en infrastructures de fibre optique pour le raccordement au réseau national

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ ACCESSIBILITÉ INFORMELLE : RESEAUX DE COMMUNICATION



Les manques et difficultés :

- Un débit non homogène pour le haut débit
- Le territoire national bien couvert en Réseau Optique d'Initiative Publique
- Le réseau de fibre optique n'est pas développé sur le territoire du boulonnais
- Le Très Haut Débit n'est plus un élément d'attractivité économique mais un facteur de pérennisation des activités présentes

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS DE PRODUCTION : POSITIONNEMENT DES SECTEURS

Rang	Raison Sociale	Activités	CA (Million d'€)	Effectifs	Localité
71	Continental Nutrition	Alimentation Animale	281,67	891	Boulogne-sur-Mer
132	Delpierre	Industrie du poisson	139,93	750	Boulogne-sur-Mer
185	Lianoudis	Hypermarché Leclerc	95,23	244	Outreau
198	Fodis	Gestion de portefeuilles	88,83		Wimille
242	SIB Impressions du Boulonnais	Imprimerie	69,48	270	Saint Léonard
262	Sopropeche (la liorentaise)	Alimentation Animale	64,14	25	Wimille
278	Conte	Articles d'écriture	59,14	343	Boulogne-sur-Mer
326	SNAB STE Nouvelle Auto Boulonnaises	Commerce de véhicules automobiles Audi	48,68	83	St Léonard
344	Comptoir du Bois industriel CBI	Bois et Panneaux	45,81	111	Outreau
345	Utarcac	Commerce de gros de pdts pharmaceutiques	45,71		Isques
346	Marine Harvest Boulogne	Industrie du poisson	45,53	76	Boulogne-sur-Mer
368	Logis 62	Gestion immobilière	42,32	133	Boulogne-sur-Mer
389	Delpierre Mer et Tradition	Industrie du poisson	40,27	193	Hesdin l'Abbé
396	PRILAM	Poissons, Crustacés	39,26	32	Boulogne-sur-Mer
428	Marine	Commerce gros poissons, crustacés	37,08	26	Boulogne-sur-Mer
444	Fjord Import	Commerce gros produits surgelés	35,72	6	St Martin Boulogne
458	Freshpack Exploitation	Commerce Gros produits surgelés	35,07	7	St Martin Boulogne
485	National1	Poissons surgelés	33,25	7	Boulogne-sur-Mer
493	Centre Médical Chirurgical Obstétrical Cote d'Opale	Activités hospitalières	32,88	310	St Martin Boulogne

• 1 entreprise dans le top 100 des 1500 premières entreprises du Nord-Pas de Calais
(Source : revue autrement dit du 7 novembre 2008; Palmarès 2008)

• 18 des 20 plus grosses entreprises en terme de Chiffres d'affaires du SCOT sont sur la CAB

• Une forte présence de l'halieutique

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS DE PRODUCTION : POSITIONNEMENT DES SECTEURS

Filière produits de la mer

Boulogne-sur-Mer : Centre leader européen de transformation, commercialisation et distribution des produits de la mer

278 Entreprises

5032 emplois dont 14% des emplois de la zone de Boulogne

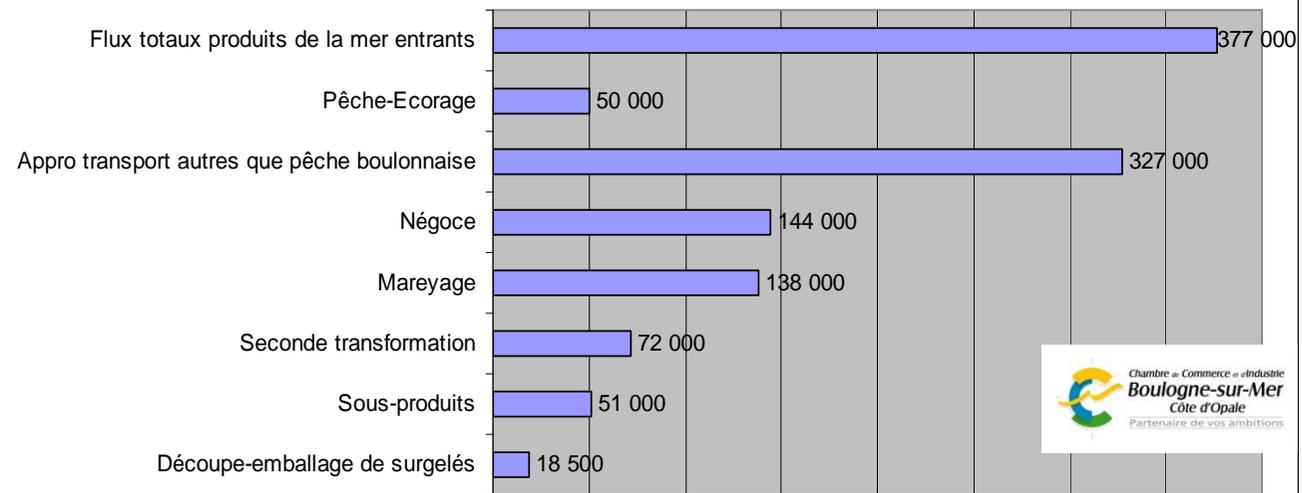
Approvisionnement

Transformation

Commercialisation

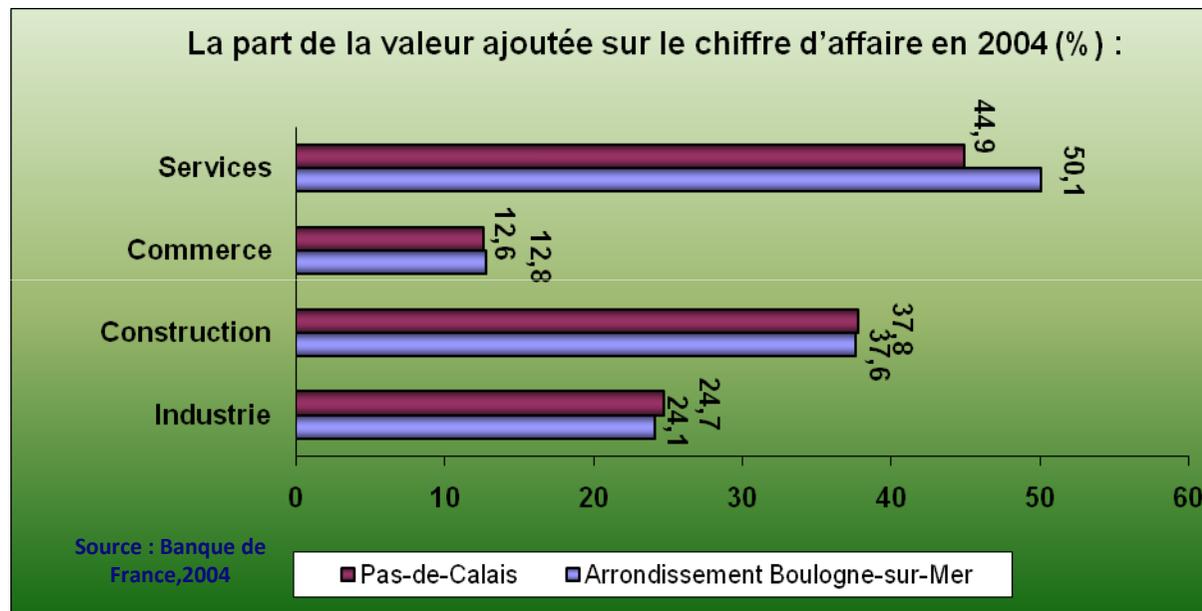
VOLUMES (377 000 tonnes)

■ Tonnage



4. Analyse de positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS DE PRODUCTION : UNE FORTE VALEUR AJOUTEE SUR LE SECTEUR DES SERVICES



Le ratio Valeur Ajoutée/Chiffre d'Affaires mesure la richesse créée ou apportée par les entreprises à l'issue du processus de production et de distribution
(Définition Banque de France)

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS DE PRODUCTION : OUVERTURE INTERNATIONALE

Les investissements étrangers sur le territoire

→ Région NPC : 3^{ème} région d'accueil en France des Investissements étrangers (en nombre d'emplois, période cumulée de 1993 à 2000)

→ Les premiers investisseurs régionaux : Belgique, Allemagne, Etats-Unis, Japon, Royaume-Uni, Suède

Emplois période 1993-2008

	Emploi total	Emplois à créer	Emplois maintenus
Boulonnais	1406	954	452
Région	45 433	34 390	11 043

Emplois par nationalité

	Boulonnais	Région
Islande	510	100%
Belgique	172	2%
RU	311	6%
Norvège	127	24,8%
Gabon	54	100%

Les emplois maintenus sur le boulonnais par les investissements étrangers représentent 4% des emplois maintenus en région

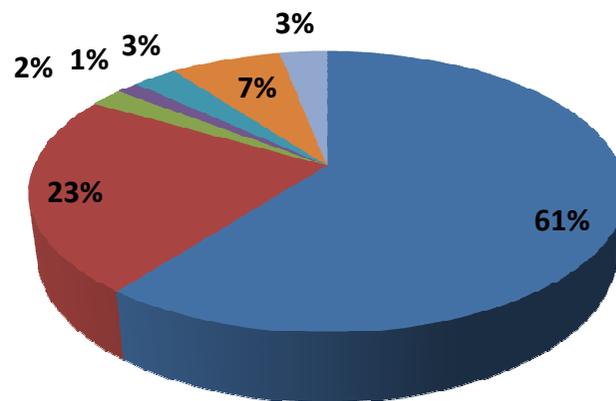
→ La totalité des investissements islandais et gabonais de la région sont localisés sur le territoire du SCOT

Source : ORECE,
2009

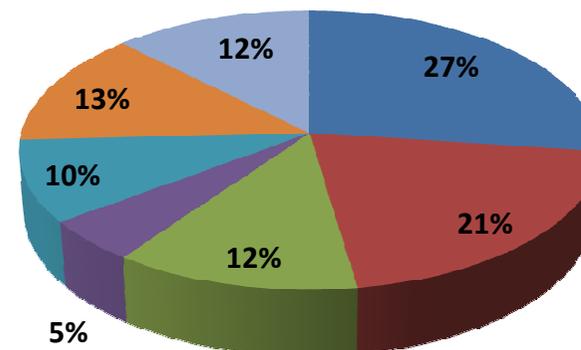
4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS DE PRODUCTION : OUVERTURE INTERNATIONALE

Investissement étrangers par filière entre 1993 et 2008 :



Boulonnais



Région Nord-Pas-de-Calais

- Agro-alimentaire/agriculture/pêche
- Activités de services, commerciales ou financières
- Chimie, plasturgie
- Equipements électriques, électroniques, informatiques, médico-chirurgicaux
- Médicaments/cosmétiques
- Métaux, travail des métaux, recyclage
- Transport, stockage, BTP

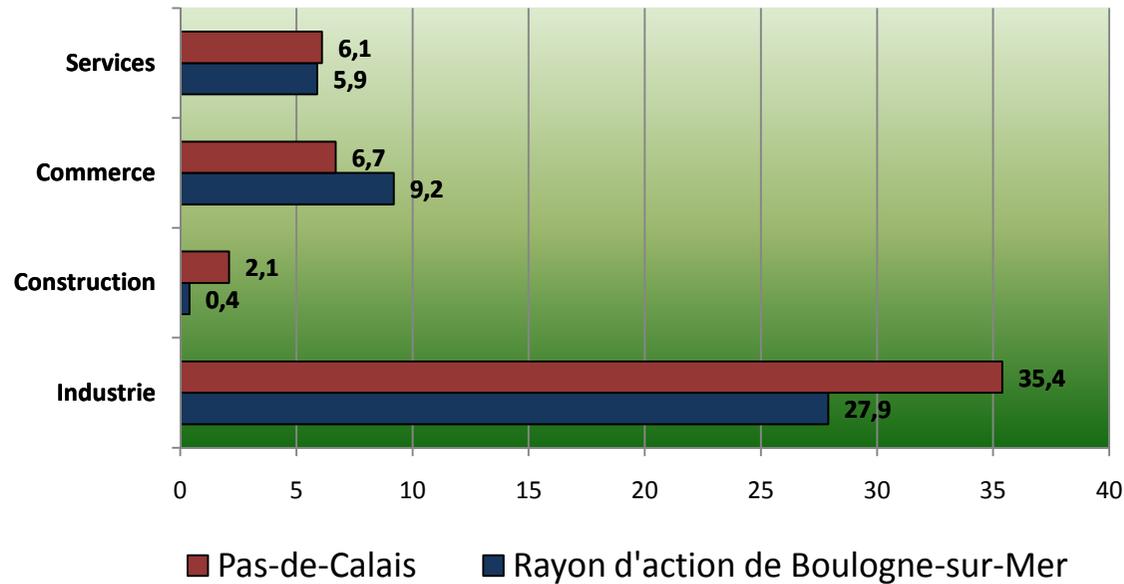
Des investissements étrangers essentiellement réalisés dans la filière agro-alimentaire

Source : ORECE,
2009

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LES EXPORTATIONS

La part des exportations sur le chiffre d'affaires en
2005 (en %):



Le taux d'exportation constitue un élément important d'appréciation du dynamisme des entreprises et de leur capacité d'ouverture sur l'extérieur

(Banque de France)

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

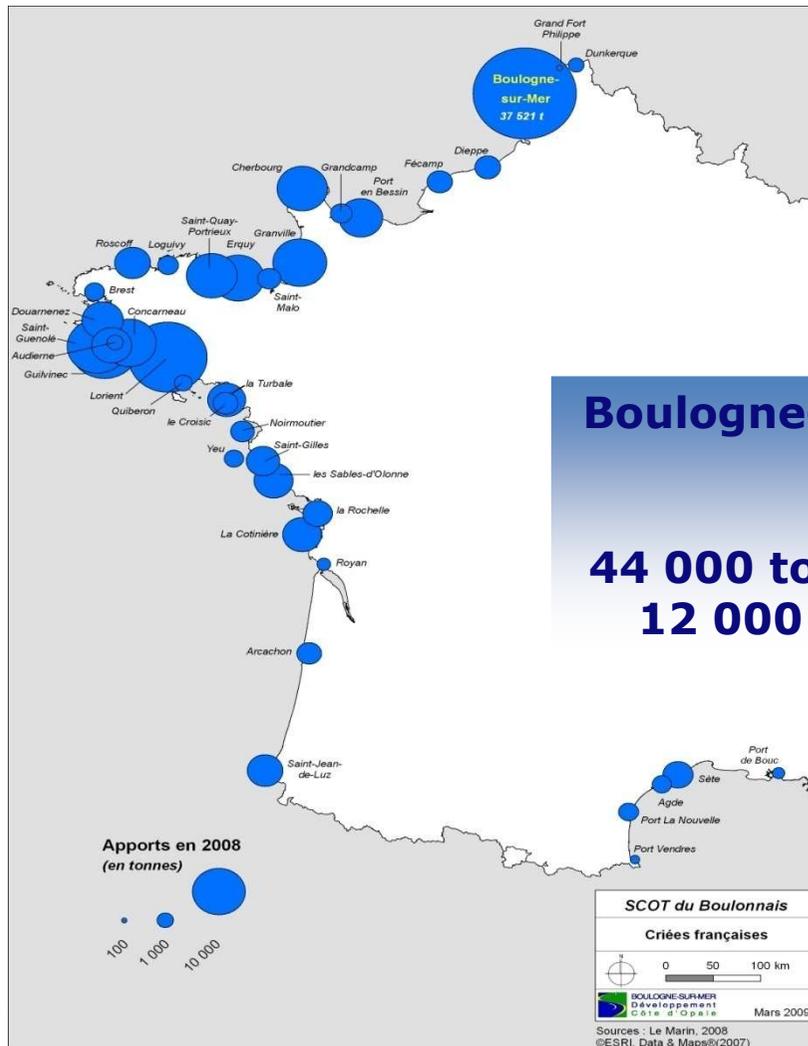
→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT , UN EQUIPEMENT STRUCTURANT



- Port de pêche
- Port de commerce
- Port transmanche passager/marchandise
- Port de plaisance

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT , UN EQUIPEMENT STRUCTURANT

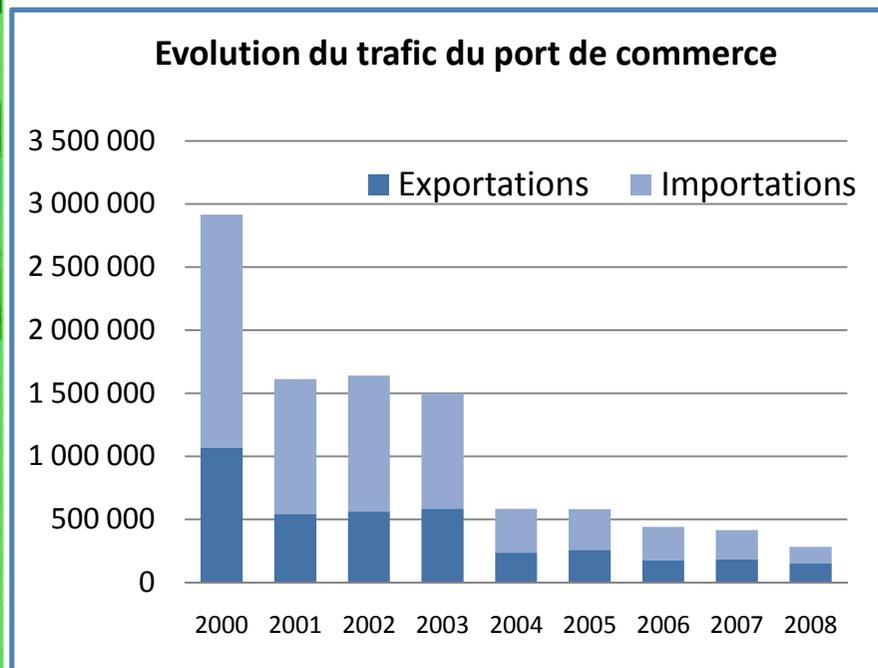


Boulogne-sur-Mer : 1er port de pêche de France

**44 000 tonnes de pêche fraîche en 2006
12 000 tonnes de poissons congelés**

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT, UN EQUIPEMENT STRUCTURANT

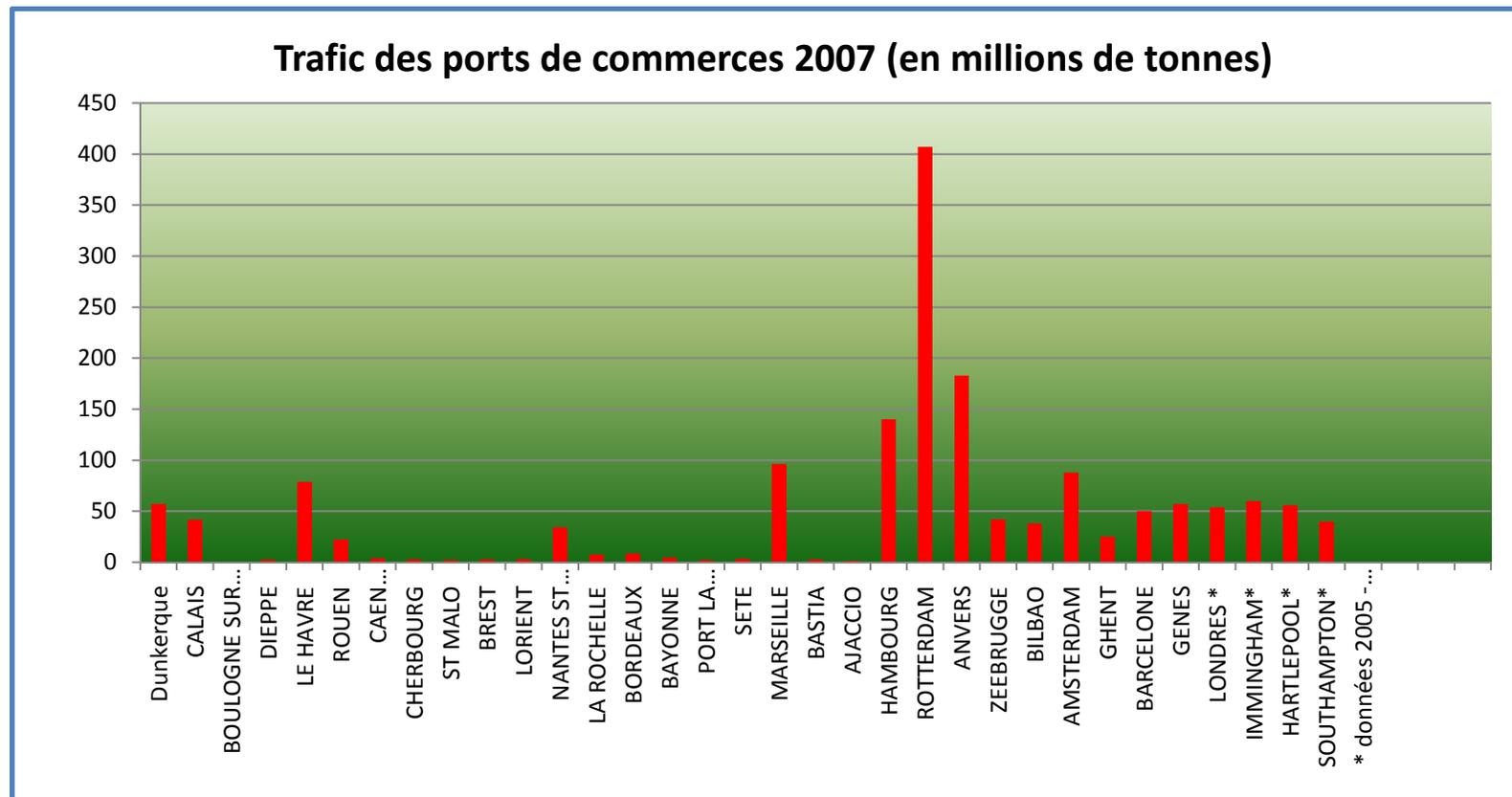


→ *Un trafic en forte baisse depuis 2000*

Sources : CCIBCO

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT, UN EQUIPEMENT STRUCTURANT



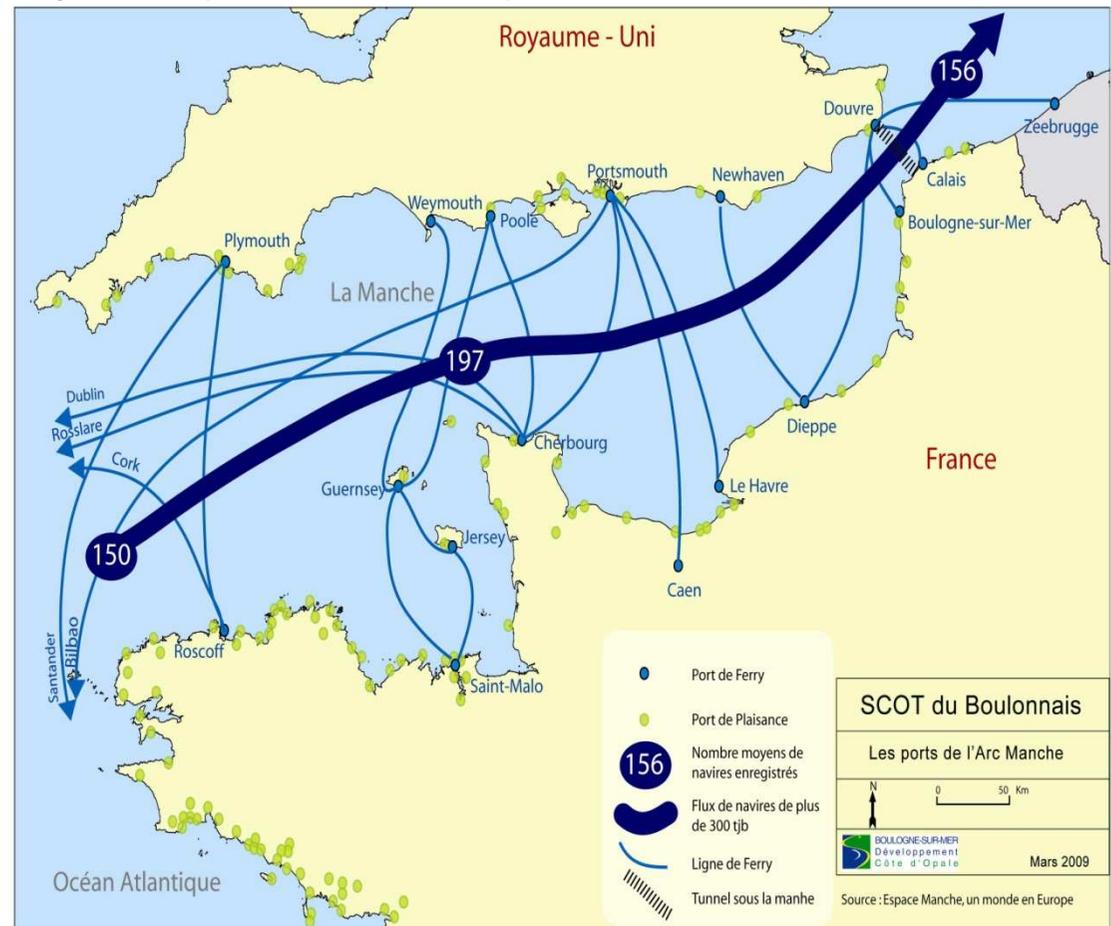
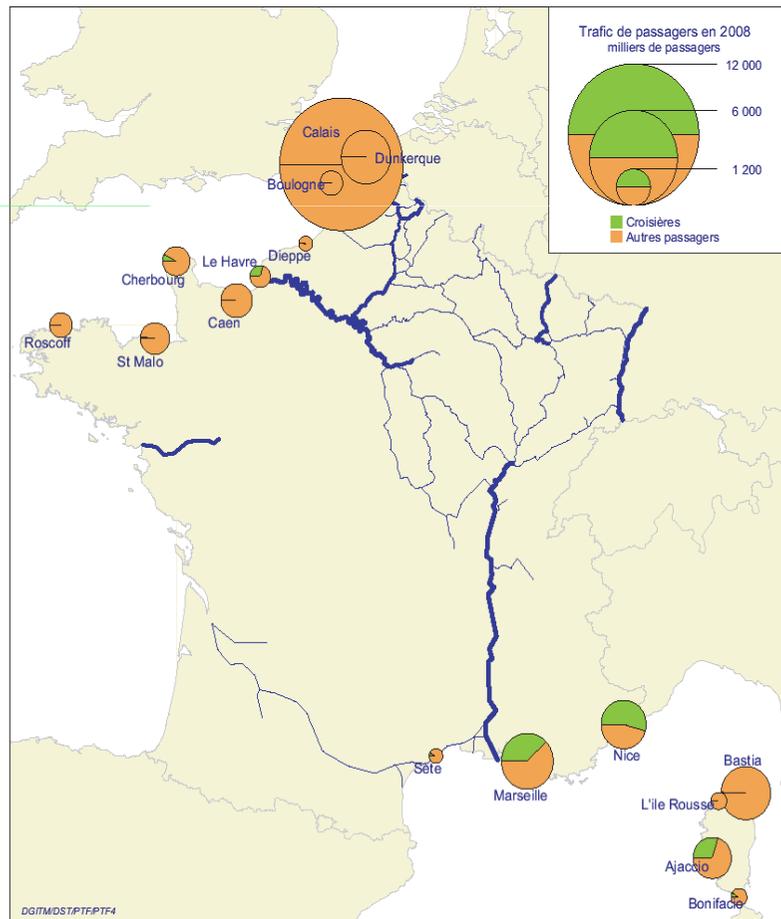
Une faible représentativité à l'échelle française et européenne du port de commerce

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT, UN EQUIPEMENT STRUCTURANT

Boulogne-sur-mer : 9^{ème} port français de l'arc Manche-Mer du Nord en trafic de passagers en 2007 et 2008 et 11^{ème} port français à l'échelle métropolitaine (Source : MEEDDAT)

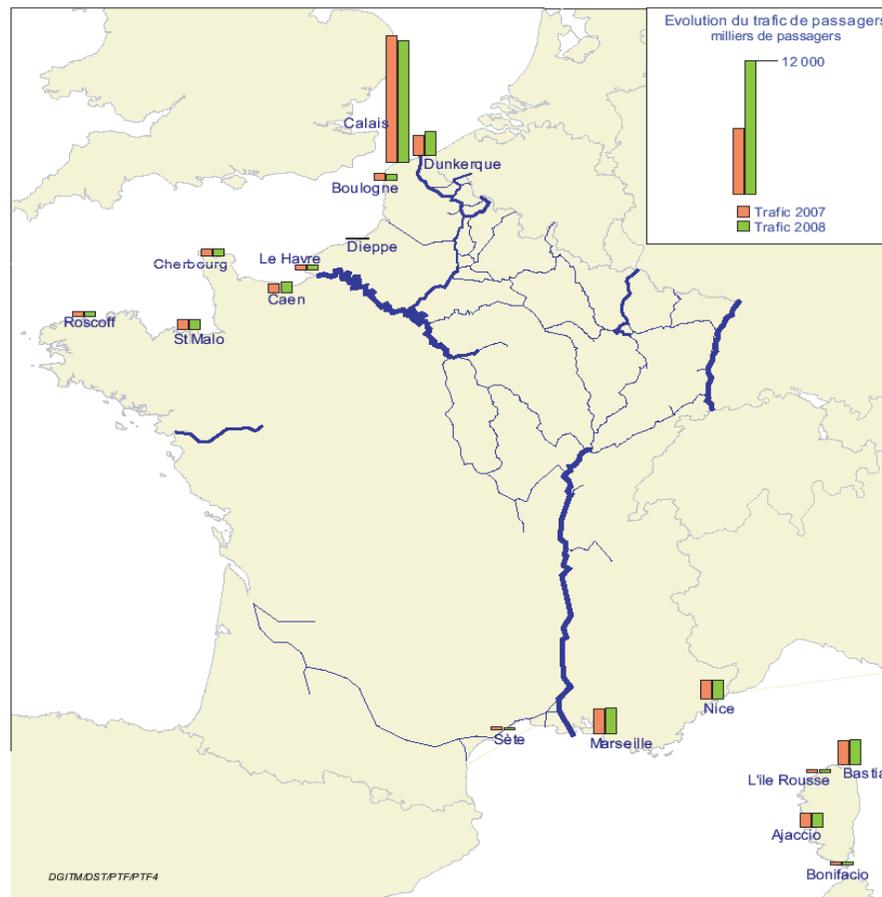
Trafic de passagers dans les ports français métropolitains
Année 2008



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT , UN EQUIPEMENT STRUCTURANT

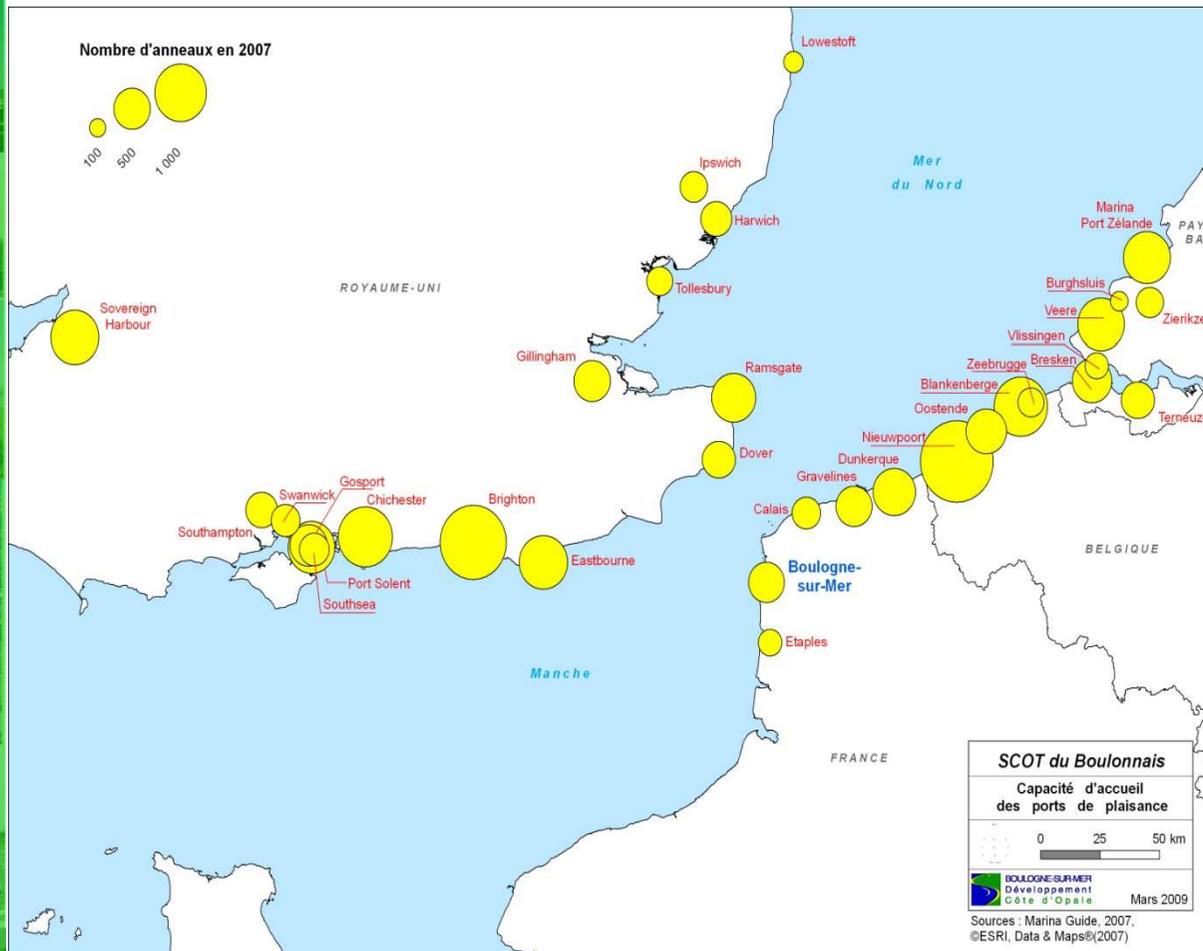
Evolution du trafic de passagers des ports français métropolitains
entre 2007 et 2008



→ La plus forte baisse de trafic transmanche passager (-15, 7%) enregistrée à l'échelle des ports métropolitains après Sète
(Source : MEEDDAT)

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT, UN ÉQUIPEMENT STRUCTURANT



2^{ème} port de la Côte d'Opale en accueil de résidents : 470 anneaux en 2008

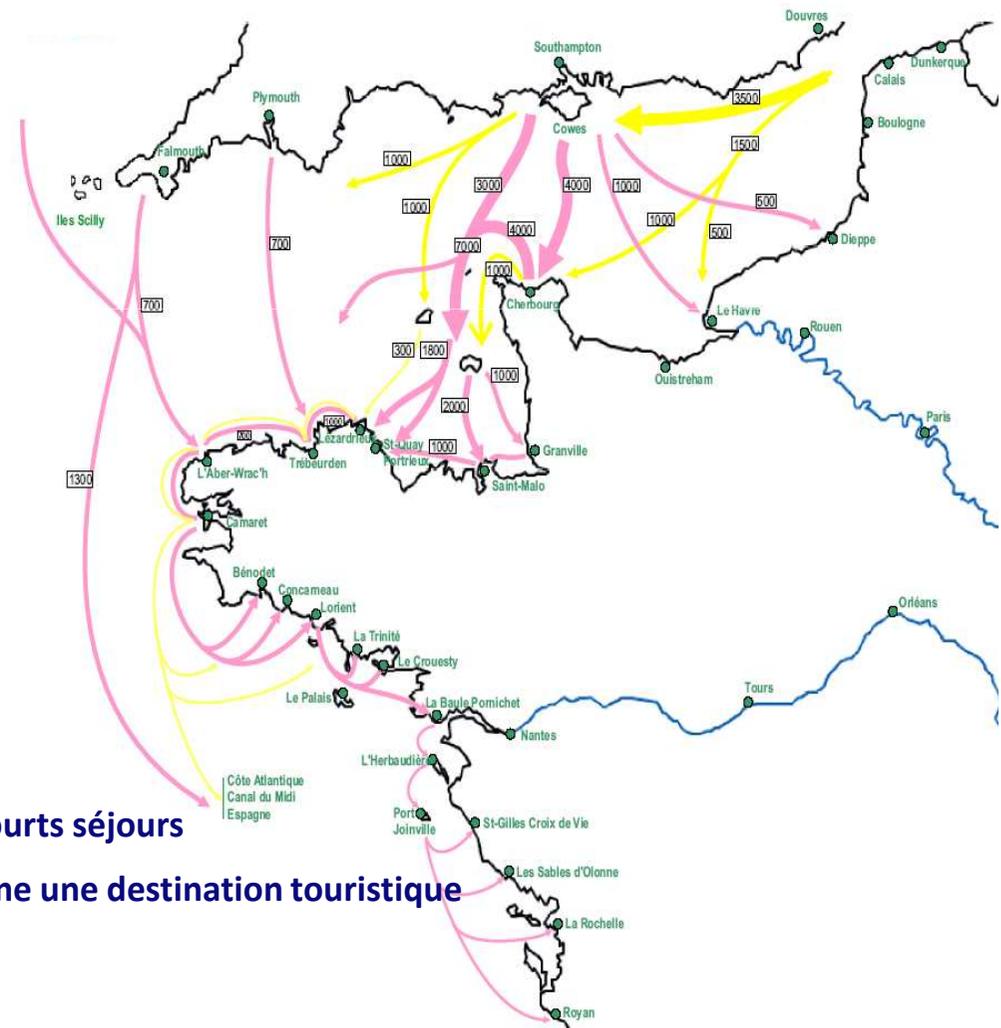
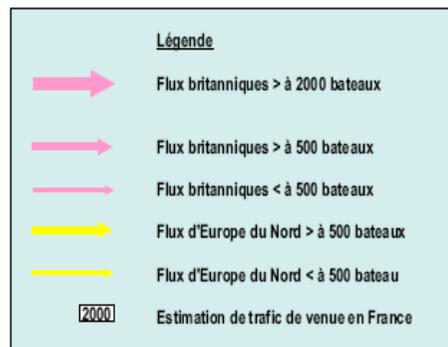
16^{ème} port de la partie nord de l'Arc Manche

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ÉCHANGES : LE PORT, UN ÉQUIPEMENT STRUCTURANT

Carte n°2
Flux des des bateaux de plaisance
britanniques et d'Europe du Nord
(néerlandais, allemands et belges),
Manche - Atlantique, 2003.

ACT - OUEST



→ Des flux de visiteurs Nord européens de courts séjours

→ Boulogne-sur-Mer n'est pas identifié comme une destination touristique pour les plaisanciers

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS D'ACCUEIL

→ L'IMMOBILIER D'ENTREPRISES

La capacité d'accueil du territoire pour les nouvelles entreprises

- *Accueil et développement d'entreprises*

- *3 pépinières d'entreprises :*

- *CREAMANCHE : pépinière généraliste composée de 24 bureaux et 19 ateliers*

- *E-PLACENET : pépinière dédiée aux créateurs d'entreprises du secteur des TIC et du multimédia propose 15 bureaux meublés de 16 à 24 m²*

- *HALIOCAP : pépinière (4 cellule de 350m²) et incubateur (110m²) spécialisés dans l'hali-agroalimentaire avec également un atelier-relais de 730m².*

- *1 pépinière en construction dédiée aux métiers d'arts à Desvres*

- *1 hôtel d'entreprises de 6 cellules, superficie totale 2 200m².*

- *2 ateliers-relais permettant l'accueil d'entreprises en attente d'une solution immobilière définitive.*

- *Zones d'activités*

- *10 zones d'activités sur la CAB*

- *3 zones sur la CC Desvres-Samer*

→ 679 ha dont 104 toujours disponibles

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS STRATEGIQUES et DECISIONNELLES : RECHERCHE

Positionnement du territoire à une échelle nationale et internationale :

- Par des systèmes productifs locaux et leur niveau de recherche affilié : le Pôle de Compétitivité de la filière Halieutique, le SPL de Desvres sur la céramique
- Par les centres de recherches de rang national : IFREMER ,CEVPM, AFSSA, Laboratoire d'océanographie de Wimereux
- l'IUP Bassin Napoléon dédié à l'agro-alimentaire et la filière halieutique
- La création de l'Unité mixte Technologique (UMT) regroupant IFREMER, AFSSA et CEVPM

Effectifs de R&D organismes publics		
Nord-Pas-de-Calais	SCOT Boulonnais	SCOT Boulonnais/Région
4827	100	0,4%

Les manques et difficultés:

- *La recherche centrée sur l'activité halieutique*
- *Le manque d'activités de recherche du centre universitaire*



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS STRATEGIQUES et DECISIONNELLES : INNOVATION

Un territoire innovant

En 2008, la circonscription de Boulogne-sur-Mer représentait 20% des aides OESO en Région (hors Lille)

80% des aides étaient affectées sur le territoire de la Communauté d'Agglomération du Boulonnais

La circonscription de Boulogne/Mer se situait au 3^{ème} rang en nombre d'entreprises aidées et en montant d'aides dispensées après celles de Lille et Douai

L'innovation est l'un des principaux moyens pour acquérir un avantage compétitif en répondant aux besoins du marché. Innover, c'est créer de nouveaux produits, développer des produits existants, mais aussi, optimiser son système de production, adopter les dernières technologies issues de la recherche fondamentale comme de son département de recherche et développement.

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité économique

→ LES FONCTIONS STRATEGIQUES et DECISIONNELLES : INNOVATION

LES GRAPPES TECHNOLOGIQUES CLES 2010 de la REGION Nord -Pas -de – Calais et du Boulonnais

6 GRAPPES

Electronique communicante et traitement de l'information multi-usages

Matériaux innovants et procédés associés

Ingénierie de conception de produits nutri alimentaires et thérapeutiques

Valorisation des déchets et traitement des sites et sols pollués

Bâtiments et développement durable

Produits bio sourcés

1800 chercheurs

850 entreprises

20 technologies Clés prioritaires pour le développement économique régional

9 Technologies clés potentielles sur le Territoire du SCOT/12 entreprises sur les 193 en Région

Acquisition des données et virtualisation des réseaux (4 entreprises)

Alimentation pour le bien être et la santé (1)

Recyclage des matériaux spécifiques (1)

Automatisation du tri des déchets (1)

Gestion de l'eau dans le bâtiment (1)

Système d'enveloppe dans le bâtiment (2)

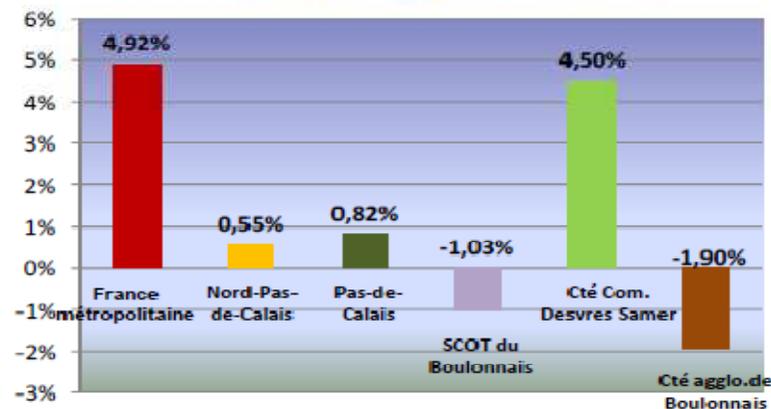
Biotechnologies industrielles (1)

Sommaire

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions
2. La visibilité et notoriété du territoire
3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines
4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT
 - Armature et attractivité économique
 - **Attractivité résidentielle**
 - Synthèse
5. Quelles ambitions pour demain ?

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité résidentielle

Evolution démographique 1999-2006

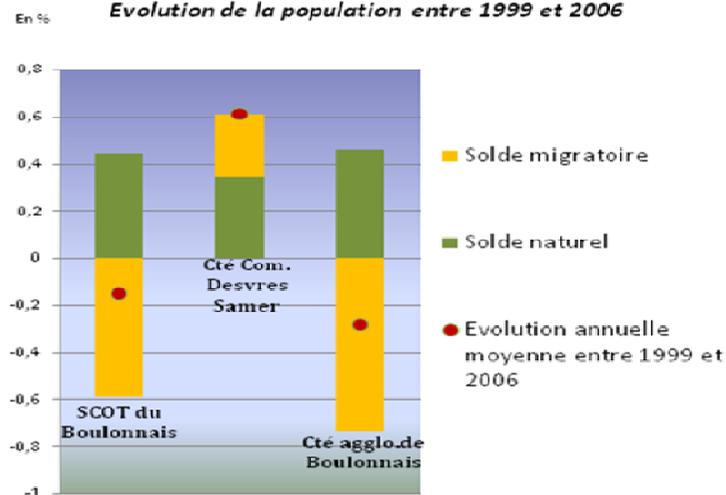


Chiffres clés

- 142 475 habitants en 1999
- 141 000 habitants en 2006
- La population a baissé de **-1.03%** depuis 1999

Cette baisse n'est pas homogène sur le territoire, car la C.C de Desvres-Samer a vu sa population augmenter, mais cela n'a pas compensé la baisse de population de la CAB.

Evolution de la population entre 1999 et 2006

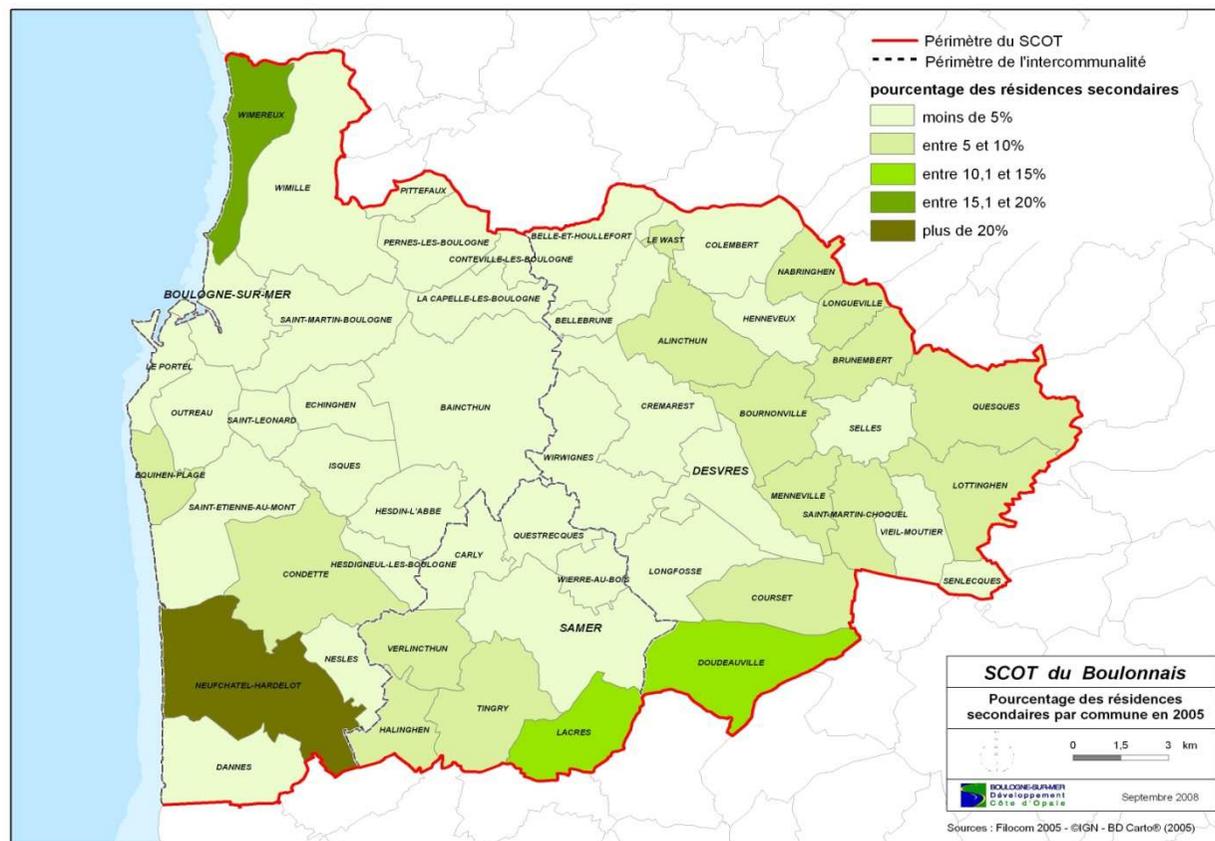


Le solde migratoire du territoire est déficitaire entre 1999 et 2006

Sources : Insee - Recensement de la population de 1999 et 2006

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité résidentielle

Un taux de résidences secondaires (8%) supérieur à la moyenne régionale (3%)



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité résidentielle

→ **SANTÉ**

Les atouts :

- *le centre Hospitalier de Boulogne-sur-Mer : environ 2000 salariés*
- *une place importante dans le réseau de santé sur le littoral*
- *l'Institut de Formation en Soins Infirmiers*
- *l'ambition de l'ouverture rapide d'une première année de médecine : antenne unique dans la région en lien avec le CHU de Lille*
- *l'extension de l'Hôpital*
- *une densité de médecin et un nombre de lits pour 100 000 habitants supérieurs à la moyenne régionale*

Les manques et difficultés :

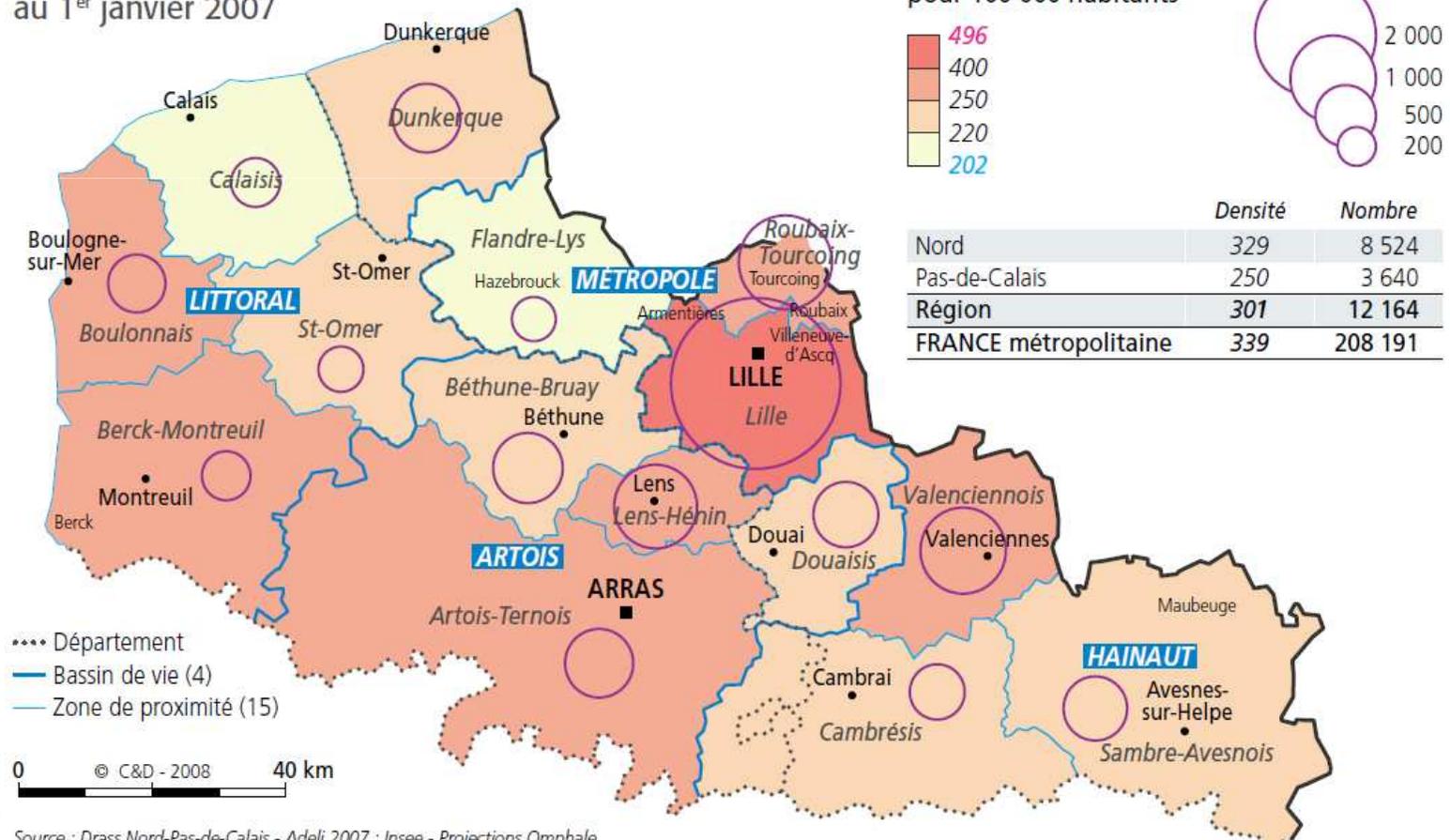
- *pas de marque d'identification*
- *pas de CHU (Centre Hospitalier Universitaire)*

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité résidentielle

→ **SANTÉ**

Densité de médecins (ensemble)

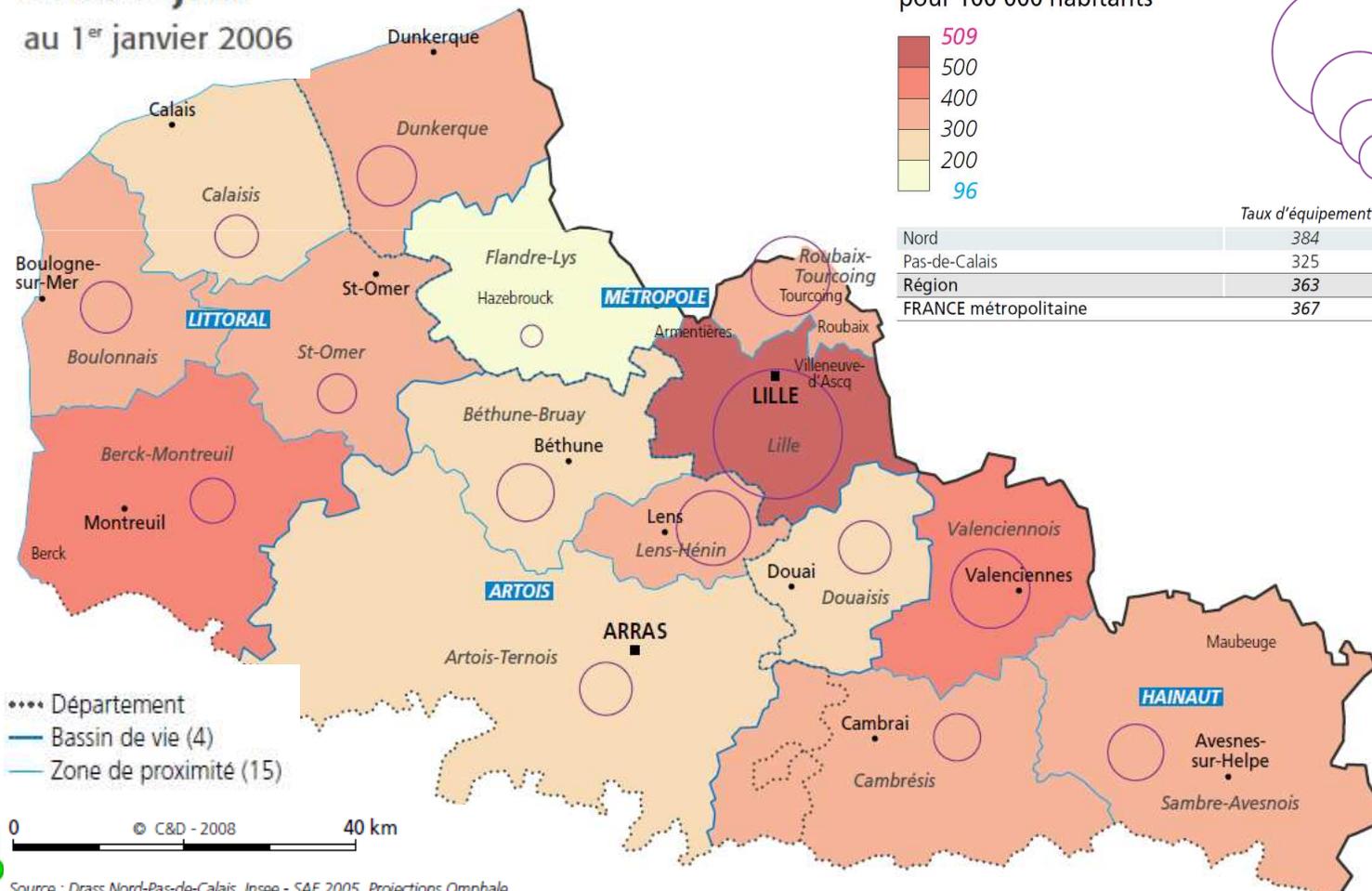
au 1^{er} janvier 2007



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité résidentielle

→ **SANTÉ**

Court séjour au 1^{er} janvier 2006

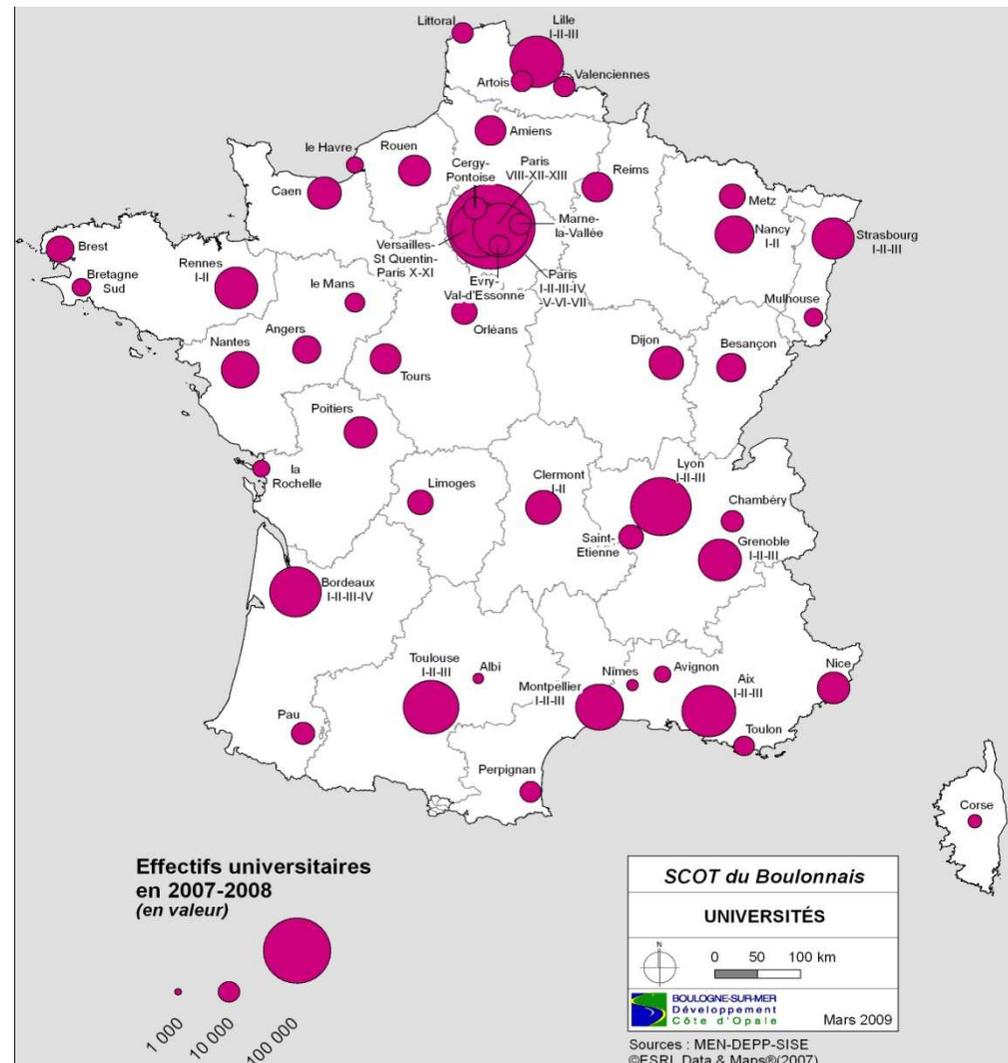


4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT Attractivité résidentielle

→ L'ENSEIGNEMENT ET LA FORMATION

Les atouts :

- *L'Université du Littoral Côte d'Opale*
- *L'Institut Universitaire de Formation des Maîtres à Outreau*
- *Les classes préparatoires*



4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

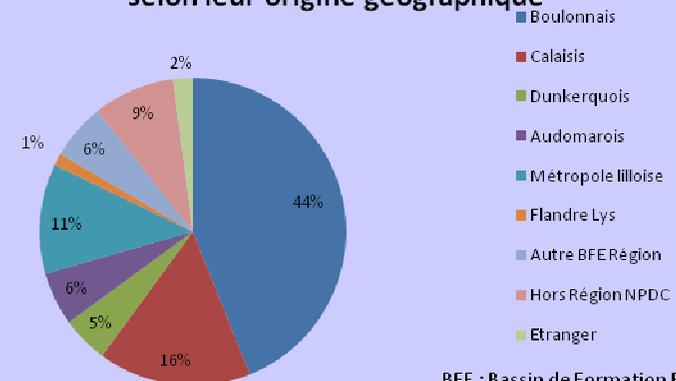
Attractivité résidentielle

→ L'ENSEIGNEMENT ET LA FORMATION

Les manques et difficultés:

- *Attractivité limitée*
- *Fuite des étudiants vers Lille ou Paris*
- *Un niveau de diplôme inférieur à la moyenne régionale : ¼ de la population active sans diplômes*

Répartition des inscrits sur le site universitaire de Boulogne-sur-mer en 2008/2009 selon leur origine géographique



BFE : Bassin de Formation Emplo

Source : Odessa - Ulco

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité résidentielle

→ SERVICES ADMINISTRATIFS ET JUDICIAIRES

Les atouts:

- **Le statut de sous-préfecture de Boulogne-sur-Mer:**
- **Des directions et délégations de services étatiques d'échelle départementale et régionale présents:**

- *la sous-préfecture*
- *la DDE*
- *le Conseil Général*
- *la DRIRE, subdivision de Boulogne*
- *la Chambre des métiers de l'Artisanat*
- *la Direction Départementale de*

- l'Agriculture et de la Forêt, subdivision littoral*
- **CCIBCO**

ADMINISTRATI F

• **Les outils juridiques**

- *Tribunal de grande instance*
- *Tribunal d'instance*
- *Conseil des prud'hommes*

- *Tribunal de commerce*
- *Tribunal des affaires de sécurité sociale*

JURIDIQUE

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité résidentielle

→ **SPORT**

Les atouts :

- Une image dynamique portée par des équipes de haut niveau (USBCO, ESSM, Kayak)
- Des projets d'envergures :
 - Salle de basket
 - Stade de football
- La proximité des jeux Olympiques de Londres 2012
- L'organisation d'événements d'envergure : championnats de France de voile, championnats de France de cyclisme 2005

Les manques et difficultés :

- Une densité d'équipements sportifs en dessous du seuil régional et national

	BSM	Région	France
Equipements sportifs pour 1000 habitants	3,1	3,4	5,2

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Attractivité résidentielle

→ **CULTURE**

Quelle est la capacité d'accueil et d'organisation de grands événements culturels en mesure d'octroyer au territoire une identité culturelle singulière ?

3 catégories d'équipements :

- *Accueil de conférences, séminaires et salons*
- *Accueil à vocation touristique*
- *Salles de spectacles, musées, théâtres, bibliothèques*

Les atouts :

- *Une grande richesse patrimoniale (haute ville, château d'Hardelot, patrimoine rural et artisanal, paysages remarquables...)*
- *Centre national de la mer NAUSICAA (600 000 entrées/an ; 40% de clientèle étrangère)*

Les manques et difficultés :

- *Absence d'une salle de concert et de spectacle d'envergure*
- *Absence d'un équipement pour l'accueil de conférences et séminaires*
- *Programmation culturelle peu diffusée (ex : festival de la Côte d'Opale)*
- *Synergie difficile entre l'équipement structurant (NAUSICAA) et les autres acteurs*

Sommaire

1. Attractivité, image, visibilité, positionnement : notions
2. La visibilité et notoriété du territoire
3. La vision INSEE : les 11 fonctions métropolitaines
4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT
 - Armature et attractivité économique
 - Attractivité résidentielle
 - **Synthèse**
5. Quelles ambitions pour demain ?

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Synthèse

Les offres spécifiques du territoire :

CRITERES D'ATTRACTIVITE	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
ATTRACTIVITE PRODUCTIVE		
1- Accessibilité (infrastructures de transport et de communication)	Desserte autoroutière, TGV à 1h de Lille et 2h de Paris. / Carrefour entre Paris, la Belgique et la Grande-Bretagne. / Liaison maritime avec l'Angleterre Réseau haut débit qui couvre 85% du territoire	Liaison difficile entre le pôle de Boulogne-sur-Mer et l'arrière pays rural.
2- Offre foncière Immobilier d'entreprise Qualité des zones d'activités	Présence des outils d'accompagnement et d'implantation des nouvelles entreprises (couveuse, pépinière, hôtel d'entreprises) Parc d'activité de Landacres classé en en qualité environnementale	Forte pression foncière sur la partie littorale : peu d'espaces disponibles
3- Tissu économique (spécialisation, présence de leaders, services aux entreprises)	Pôle de compétitivité de la filière halieutique	Industrie faiblement diversifiée / Image économique centrée sur la pêche / Services aux entreprises inférieurs à la moyenne régionale.
4- Bassin d'emploi (qualification, volume)	Population assez jeune en dessous de la moyenne nationale.	Main d'œuvre faiblement qualifiée, faible part d'emplois métropolitains supérieurs. / Ralentissement de la croissance démographique et vieillissement de la population
5- Recherche et formation	Pôle de compétitivité de la filière halieutique et SPL de la faïence de Desvres. / Présence de laboratoires de renommé : IFREMER, AFSSA, CEVPM / Présence d'une Université, d'un centre de formation des soins infirmiers, de l'école de formation des maîtres et ouverture d'une première année de médecine.	Rayonnement de l'Université limité avec des formations pas assez diversifiée / Synergie faible entre l'enseignement supérieur, la recherche et les entreprises. / Faible présence d'entreprises innovantes et d'entreprises
ATTRACTIVITE RESIDENTIELLE		
2- Qualité du cadre de vie (environnement, éducation, santé, services, commerces)	Qualité de vie préservée au sein du PNR, diversité des paysages, espaces ruraux et ouverts Ecole primaires, collège et lycées Présence des services administratifs de l'état : sous préfecture Centre hospitalier et clinique de la Côte d'opale	Education, services et santé concentrés sur le pôle urbain de Boulogne-sur-Mer
3- Sport et culture	Bassin d'activité nautique de la Liane et de Wimereux.	Densité d'équipements sportifs en dessous de la moyenne/ faible activité culturelle Pas de rayonnement culturel, le potentiel est sous exploité.

4. Analyse du positionnement et de l'attractivité du territoire du SCOT

Synthèse

Les positionnements spécifiques de l'agglomération et son territoire au niveau européen, national et régional

	Européen	National	Régional
Fonctions métropolitaines		Transport Commerce Gestion Télécommunication	Art Commerce Gestion Télécommunication Informatique Communication
Equipement structurant	Port de pêche	IFREMER AFSSA CEVPM NAUSICAA Village et Métiers d'Art	

5. Quelles ambitions pour demain ?

Les pistes de réflexions :

- *A quelles ambitions et à quel positionnement doit prétendre le territoire demain?*
- *Doit-on améliorer l'accessibilité par les infrastructures numériques et de transports?*
- *Doit-on développer l'offre en équipements sportifs et culturels et les services?*
- *Doit-on renforcer les équipements structurants actuels ou en créer de nouveaux?*

