

# Hank

Loïc POURCHAIRE  
Directeur associé

Clément BAILLET  
Consultant

Elaboration d'un schéma d'accueil des entreprises à l'échelle intercommunale – **Conseil Communautaire du 6 septembre 2018**

Communauté Territoriale Sud Luberon





# Sommaire

1. Préambule
2. Rappel des éléments de diagnostic
3. Le schéma d'accueil des entreprises
4. Plan d'actions
  - 4.1 – Actions relatives au schéma d'accueil
  - 4.2 – Actions relatives à la stratégie économique

# 1. Préambule

## Rappels méthodologiques et objectifs de séance

Qu'est-ce qu'un schéma d'accueil économique ?



Une **ambition économique** partagée  
Une déclinaison de l'ambition sur le **développement des zones** (priorités, complémentarités, ...)  
Un **plan d'actions**, traduction opérationnelle du SAE

### Etapes



- 1 Diagnostic socioéconomique statistique
- 2 29 entretiens élus, partenaires, entreprises
- 3 Analyse des zones d'activités, du foncier et de l'immobilier économique de Cotelub
- 4 Analyse de l'offre concurrente



- 1 Identification des leviers économiques stratégiques du territoire
- 2 Elaboration d'un plan d'intervention spatialisé (schéma d'accueil)
- 3 Formalisation de la feuille de route

L'objectif de notre mission



Un schéma d'accueil économique en cohérence avec les besoins identifiés et les réalités du territoire et en phase avec l'ambition portée par les acteurs

Les objectifs de la séance de ce jour



Partager la feuille de route avec ses actions

# Sommaire

1. Préambule

**2. Rappel des éléments de diagnostic**


3. Le schéma d'accueil des entreprises


4. Plan d'actions

- 4.1 – Actions relatives au schéma d'accueil
- 4.2 – Actions relatives à la stratégie économique

## 2. Rappel des éléments de diagnostic


 Une résidentialisation qui s'accroît : **créer ~ 40 emplois par an** à horizon 2030 pour conserver le rapport emplois/actifs actuel (45 emplois pour 100 actifs)


 Un enjeu de maintien d'un **emploi équilibré** : présentiel = 66% de l'emploi (+42 emplois\*), productif = 23% de l'emploi (-71 emplois\*), tertiaire = 11% de l'emploi (+49 emplois\*)


 Une **réponse aux besoins** des entreprises à améliorer : offre de services, offre foncière et immobilière


 Un **positionnement à trouver** sur le marché régional concurrentiel : 140 hectares disponibles à 30 minutes


 Artisanat : un secteur majeur en attente de **solutions foncière et immobilière**

 Commerces et services de proximité (y compris ceux liés à la silver economy) : un indispensable à consolider dans un contexte de croissance démographique (et de vieillissement de la population) notamment en agissant sur l'**immobilier**

 Tourisme : un **moteur économique dynamique** (+37% demandes renseignées entre 2014 et 2016) et de nombreux projets : un rôle de facilitateur et d'aménageur à affirmer pour Cotelub

 Agriculture / sylviculture : des **fondamentaux** du territoire avec des employeurs phares, une marque reconnue AOC Luberon et une filière bois pouvant être structurée à une échelle plus grande que Cotelub

 Tertiaire technologique : un **secteur en croissance** (+49 emplois entre 2011 et 2016) et des entreprises à forte VA sur le territoire : DA&T, Metraware, Microregul ...

 Nouvelles formes de travail / entrepreneuriat : une **population formée** (1/3 des habitants est diplômée de l'enseignement supérieur) et des dynamiques de création d'entreprises individuelles (81% des créations en 2015) pouvant impliquer un besoin de services / immobilier type tiers-lieux porté et géré par un privé ou une association

\*emplois salariés privés entre 2011 et 2016 (URSSAF)

# Sommaire

1. Préambule
2. Rappel des éléments de diagnostic
- 3. Le schéma d'accueil des entreprises**
4. Plan d'actions
  - 4.1 – Actions relatives au schéma d'accueil
  - 4.2 – Actions relatives à la stratégie économique

# 3. Le schéma d'accueil des entreprises

1

## Porter un projet stratégique de développement économique

Permettre le développement de **produits fonciers** et **immobiliers** en réponse aux demandes des entreprises ...

- Immobilier artisanal : ateliers
- Petites parcelles
- Stockage
- Bureaux adaptés au tertiaire technologique (bureaux + showroom + espaces expérimentation)

... correspondant aux **besoins du marché**

- **3,15** hectares (fourchette basse)
- **6,15** hectares (fourchette haute)

(estimations des besoins fonciers à 15 ans)

5 projets ZAE recensés

Enjeux à 15 ans

2

## Jouer collectif

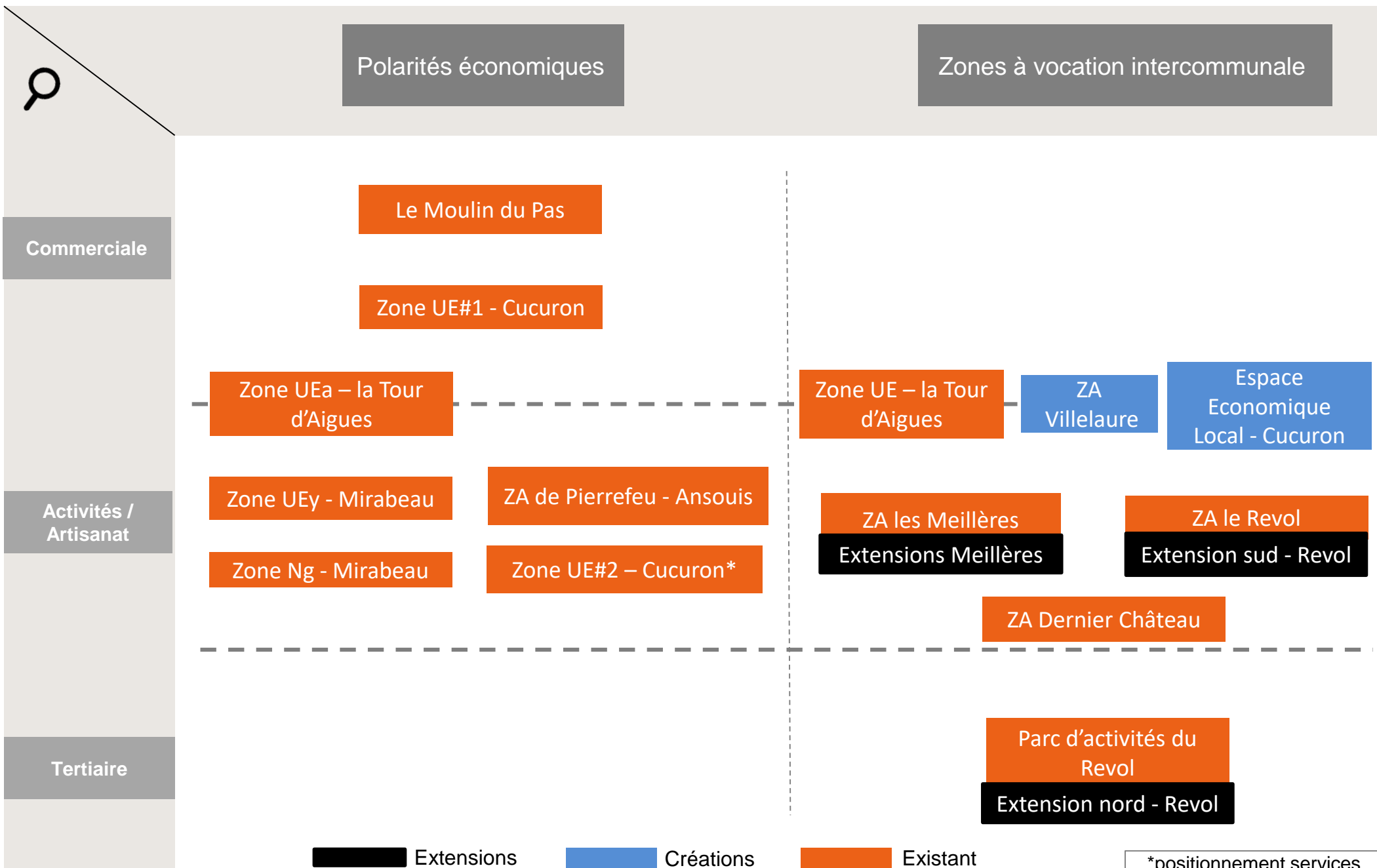
- ZA de Villelaure (5 hectares)
- Espace Economique Local (Cucuron) (1,8 hectare)
- Extension Parc d'activités du Revol (nord) – La Tour d'Aigues (1,1 hectare)
- Extension ZA du Revol (sud) – La Tour d'Aigues (2,9 hectares)
- Extension ZA les Meillères (Cadenet) (3,3 OU 5,5 hectares)

- **Cibler** les entreprises pour éviter les effets de concurrence interne
- **Phaser** pour répondre aux besoins du marché
- **Mailler** le territoire et hiérarchiser les zones pour adapter l'offre au tissu existant et à venir

**14 - 16** hectares au total

# 3. Le schéma d'accueil des entreprises

## 3.1 Cibler : vocation des zones d'activités existantes et en projet





# 3. Le schéma d'accueil des entreprises

## 3.2 Phaser : propositions de phasages et précisions des cibles

### 1 Court / Moyen terme

Immédiatement – 10 ans

Cibles principales

#### ZA de Villelaure

5 ha

Activités (artisanat)

Commerces

#### Espace économique local phase #1 (2AU) - Cucuron

~8 800 m<sup>2</sup>

Activités (artisanat)

Commerces

#### ZA Les Meillères #2 - Cadenet

5 ha

Activités (artisanat)

### 2 Long terme

+ 10 ans

#### PA le Revol – extension nord

1,1 ha

Cibles principales

Tertiaire notamment technologique

#### ZA Les Meillères #1 - Cadenet

3,3 ha

Activités (artisanat)

#### Espace économique local phase #2 - Cucuron

~9 500 m<sup>2</sup>

Activités (artisanat)

Commerces

### 3 Réserve foncière

Cibles principales

#### ZA le Revol extension sud

2,9 ha

Activités (artisanat)

A déterminer en fonction des besoins du marché

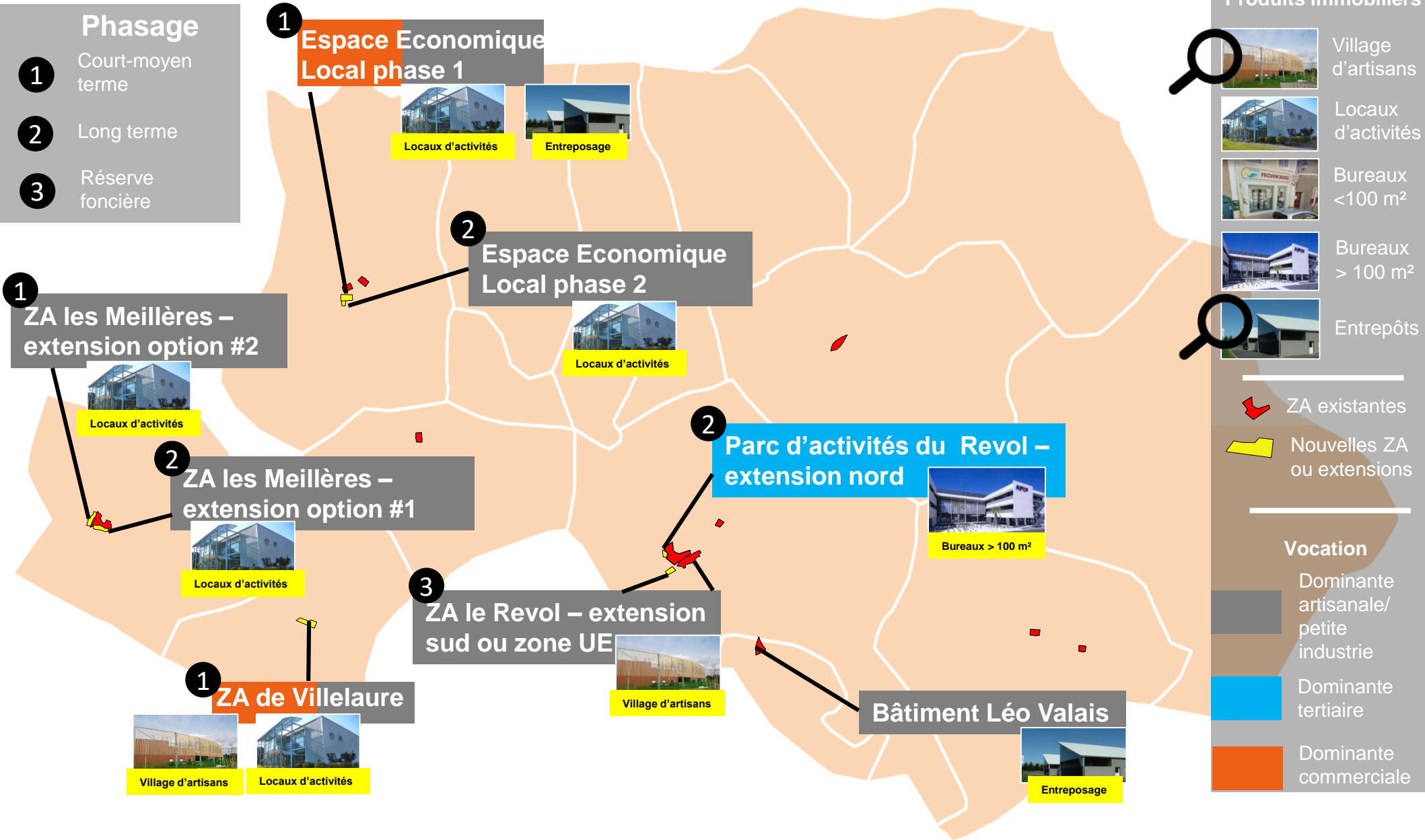
+ 11 hectares

+ 5 hectares

+ 3 hectares

# 3. Le schéma d'accueil des entreprises

## 3.3 Mailler : cartographie de synthèse



# Sommaire

1. Préambule
2. Rappel des éléments de diagnostic
3. Le schéma d'accueil des entreprises

## 4. Plan d'actions

- 4.1 – Actions relatives au schéma d'accueil
- 4.2 – Actions relatives à la stratégie économique

# 4. Plan d'actions – la stratégie

8 enjeux ; 15 actions

Schéma d'accueil  
des entreprises

Enjeux

Actions

#0 valider le principe du plan d'actions et l'esprit du SAE

Artisanat

#1 valoriser les zones d'activités d'intérêt local (polarités économiques)

#2 assurer la mise sur le marché de petites parcelles principalement à destination des artisans

⊙ #3 envisager la création d'un ou plusieurs villages d'artisans

#4 accompagner le développement d'offres de stockage

Tertiaire / tiers-lieux

#5 positionner le parc d'activités le Revol sur le tertiaire technologique et supérieur

#6 rester opportuniste vis-à-vis de projets privés pour un tiers-lieu

Zones d'activités

#7 engager une politique de marketing et de communication de l'offre disponible et à venir en s'appuyant sur les partenaires

#8 améliorer la visibilité en amont et dans les ZA (signalétique et référencement)

Stratégie économique

Tourisme

#9 jouer un rôle moteur dans le développement touristique

#10 changer d'échelle pour devenir une destination touristique à la hauteur du potentiel du territoire

Agriculture

#11 accompagner la sécurisation du foncier agricole et le développement agricole sur le territoire

#12 consolider la filière-bois en misant sur la qualité et le changement d'échelle

Commerces

#13 développer une politique commerciale intercommunale

Silver economy

#14 s'engager pour le développement de la silver economy et l'offre de services aux seniors

Veille / suivi

⊙ #15 mettre en place un outil de suivi sur la base de grands indicateurs économiques et touristiques

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.0 Action #0 : valider le principe du plan d'actions et l'esprit du SAE



**ZA les Meillères –**  
Cadenet



**ZA Dernier Château –**  
La Bastidonne



### Objectifs :

- assurer la mise en place du maillage, du phasage et des produits validés en Bureau ...
- ... pour mobiliser les partenaires et pour faire vivre le SAE dans un second temps



### Pilotage : Cotelub



**Partenaires** : communes de Cotelub, Vaucluse Attractivité, CCI, CMA, Conseil Général, EPFP

### Coûts / ETP

Action continue

1 jour (conseil communautaire)

3 jours pour la mise en place de l'outil  
20 jours (organisation et tenue d'un événement) + 1 jour / mois mise à jour



2 jours pour la mise en place initiale  
1 jour / mois pour la mise à jour

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Assurer un engagement des maires pour faire vivre le SAE lors des révisions / modifications du PLU (être solidaires et jouer collectif)
- 2 Valider les financements de projets et les transferts des ZA à vocation intercommunale
- 3 Communiquer le SAE aux partenaires lors d'un événement marquant puis en continu (disponibilités, projets ...) (voir actions #7 et #14)
- 4 Mettre en place et animer un outil de suivi géré par Cotelub centralisant les demandes d'implantation adressées (Vaucluse Attractivité, communes, CCI, CBE Sud Luberon ...) permettant de les flécher en lien avec le SAE



## 4. Plan d'actions – le SAE

### 4.1 Action #1 : valoriser les zones d'activités d'intérêt local (polarités économiques)



ZA de Pierrefeu -  
Ansois



ZA de Mirabeau (UEy)



**Objectifs** : accompagner les besoins locaux et assurer une complémentarité avec les zones d'intérêt intercommunal



**Pilotage** : Cotelub



**Partenaires** : communes



**Lieux concernés** : toutes les polarités économiques du territoire : Le Moulin du Pas, zone UE#1 et UE#2 de Cucuron, zone UEa de La Tour-d'Aigues, Zone UEy et Ng de Mirabeau et ZA de Pierrefeu d'Ansois

#### Coûts / ETP

6 jours / an pour recevoir  
et qualifier les projets

4 jours / an pour  
préparer et réaliser les  
réunions  
(enveloppe à définir  
pour  
l'accompagnement)

#### Postures



#### Opérations à conduire pour Cotelub :

- ① Faire remplir aux communes des dossiers pour l'accompagnement des ZA d'intérêt local référençant la ZA, le(s) besoin(s) et les coûts assortis (clôtures, voiries ...)
- ② Valider en Bureau, 2 fois par an, les subventions d'accompagnement (portage foncier, aménagement des zones, réparations etc.)

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.2 Action #2 : assurer la mise sur le marché de petites parcelles principalement à destination des artisans



ZA de Villelaure

Espace Economique Local - Cucuron



**Objectifs** : offrir une réponse à un besoin et accompagner le développement du tissu local



**Cibles** : artisans de Cotelub et des territoires voisins à la recherche de terrains en zone d'activités



**Pilotage** : Cotelub



**Partenaires** : communes, CMA



**Lieux d'implantation** : zones à vocation d'accueil des activités artisanales de préférence éloignées des lieux d'habitation : ZA les Meillères, ZA de Villelaure, une partie de l'Espace Economique Local de Cucuron et potentiellement l'extension Sud du Revol

### Coûts / ETP

~ 20 000 à 30 000 € pour une étude de faisabilité / zone

Action continue

4 jours (préparation + réunion)



3 jours pour la mise en place de l'outil  
20 jours (organisation et tenue d'un événement) + 1 jour / mois mise à jour

### Postures



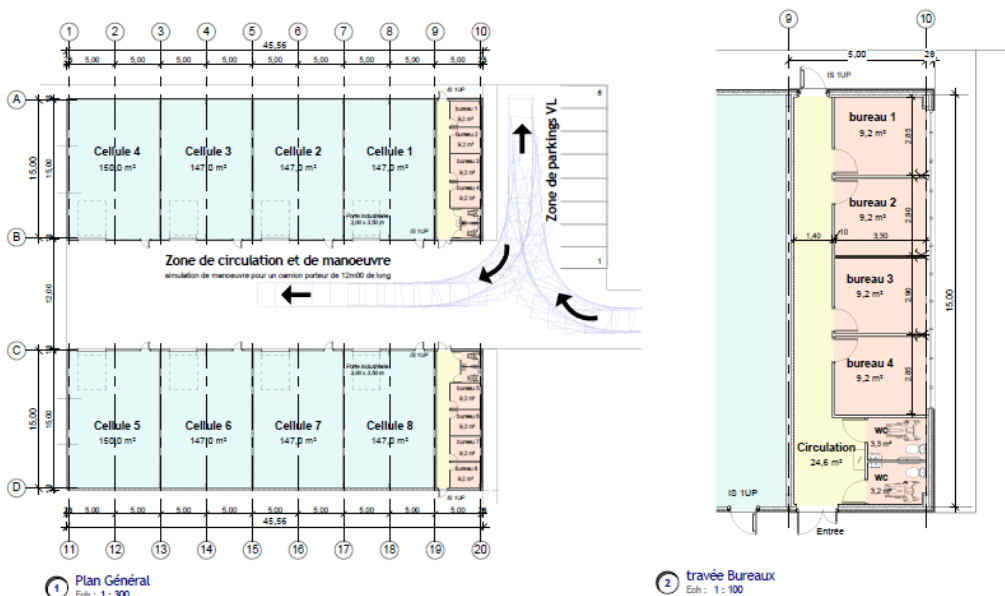
### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Engager l'aménagement des zones d'activités en projet conformément au phasage du SAE
- 2 Garantir le positionnement des ZA en limitant l'implantation d'activités non-productives ex : logements ou commerces (coordination avec les communes)
- 3 Faire réagir la CMA sur le volet artisanat du SAE (cf. action #3)
- 4 Communiquer sur les capacités du territoire et les projets aux partenaires lors d'un événement marquant puis en continu (CMA, CCI, Vaucluse Attractivité) (cf. actions #0, #7)

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.3 Action #3 : envisager la création d'un ou plusieurs villages d'artisans

### Principe d'aménagement d'un village d'artisans



**Objectifs** : compléter l'offre immobilière du territoire, offrir des solutions clés en main et impliquer le privé



**Cibles** : artisans de Cotelub et des territoires voisins à la recherche de plus grands locaux, entreprises productives



**Pilotage** : Cotelub



**Partenaires** : CMA



**Montage** : mobiliser un promoteur privé



**Lieux d'implantation** : Zone UE La Tour-d'Aigues (40 % des artisans à 15 minutes – bâtiment Vitifruit ?) ou ZA de Villelaure (2/3 des artisans du territoire à 15 minutes)

#### Coûts / ETP

#### Postures

#### Opérations à conduire pour Cotelub :



5 000 € HT ou 5 jours



ou



4 jours (préparation + réunion)



10 jours (identification + réunions)



5 jours



Retour à la présentation

- 1 Réaliser une enquête entreprises auprès des artisans pour dimensionner le projet (localisation, tarifs, taille des cellules, services ...) (cf. action #4)
- 2 Travailler avec la CMA sur les éléments de programmation et sur le volet artisanat du SAE (cf. action #2)
- 3 Identifier et organiser des rencontres avec 3 ou 4 promoteurs et opérateurs
- 4 Réaliser et diffuser un cahier des charges : intégration paysagère, surfaces, coûts de sortie espérés ...

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.4 Action #4 : accompagner le développement d'offres de stockage



**Locaux d'activités et espaces de stockage**  
Village des Métiers - Avignon



**Exemple d'espace de stockage Annexx**



**Objectifs** : offrir une solution immobilière clé en main et participer indirectement à la préservation paysagère du territoire



**Cibles** : artisans et entreprises productives



**Pilotage** : Cotelub



**Montage** : achat d'un local vacant important en ZA et location de box ou offre associée au village d'artisans (implication d'un privé)



**Lieux d'implantation possible** : Bâtiment Vitifruit (La Tour-d'Aigues), bâtiment Léo Valais (La Bastidonne), projet de la Bastide-des-Jourdans

### Coûts / ETP



5 000 € HT ou 5 jours

### Postures



ou



~15 000 € HT



5 jours



### Opérations à conduire pour Cotelub :

1 Réaliser une enquête entreprises auprès des artisans et entreprises productives pour sonder les besoins (localisation préférentielle, tarifs, taille des cellules, services ...) (cf. action #3)

2 Faire réaliser une estimation des coûts d'aménagement des bâtiments existants pour la constitution de box (option Vitifruit / Léo Valais)

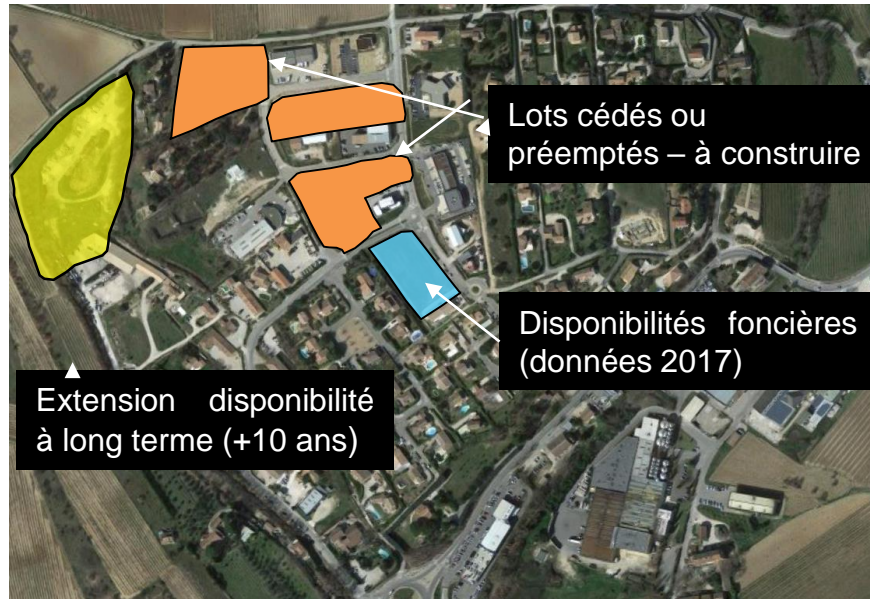
OU


2 Inscrire le développement d'une offre stockage dans le cahier des charges du ou des village(s) d'artisans




# 4. Plan d'actions – le SAE


## 4.5 Action #5 : positionner le parc d'activités le Revol sur le tertiaire technologique et supérieur




 **Objectifs** : renforcer l'attractivité de la zone en la positionnant pour des entreprises à forte VA

 **Cibles** : entreprises tertiaire technologique\* et supérieur

 **Pilotage** : Cotelub

 **Montage** : mise à disposition des parcelles pour des activités dédiées (les privés construisent leurs propres locaux)

 **Lieu d'implantation** : les deux parcelles restantes du parc d'activités le Revol + extension nord programmée

### Coûts / ETP

5 jours pour recenser l'offre et créer une communication web et monter un évènement rencontre avec les chefs du territoire



3 jours pour mise en place de l'outil  
1 jour / mois (état d'avancement des projets et mise à jour des disponibilités)

Selon opportunités, action continue

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

1 Travailler en réseau avec les commerçants du territoire afin de faire connaître l'offre de services en centre-ville et l'offre qualitative dans le diffus (événement et site web)

2 Communiquer sur les disponibilités foncières et services au sein de la zone (4 440 m<sup>2</sup> en septembre 2017) : CCI, Vaucluse Attractivité, communication interne ... (voir actions #0, #2)

3 Privilégier les implantations d'entreprises du tertiaire technologique\* ou supérieur pour les disponibilités restantes

\*tertiaire technologique : entreprises productrices de biens et services à forte VA et nécessitant une offre immobilière particulière : bureaux + showroom + éventuellement salles de test / salles blanches ...  
Ex : DA&T, Microregul, Genetec ...



# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.6 Action #6 : rester opportuniste vis-à-vis de projets privés pour un tiers-lieu



**La Cocotte-Minute**  
Open-space  
Lesparre-Médoc  
(Gironde)



**Objectifs** : offrir une solution immobilière et d'accompagnement pour les entrepreneurs et faire connaître Cotelub



**Cibles** : entrepreneurs individuels, TPE, télétravailleurs, travailleurs nomades et touristes



**Pilotage** : Cotelub

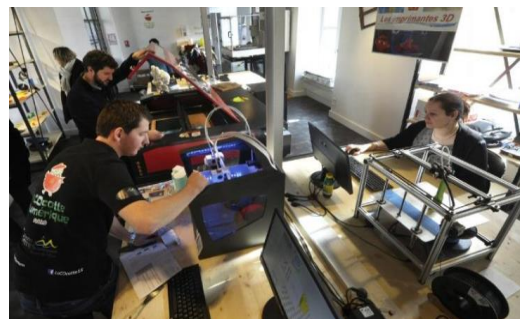


**Montage** : gestion du tiers-lieu par un privé ou une association



**Lieux d'implantation** : dans un bien immobilier vacant sur le territoire en centre-ville (consulter les communes si nécessaire)

**Village Factory**  
Formation  
Asnière-sur-Vègre (Sarthe)



### Coûts / ETP

Selon opportunités



5 jours mise en place  
15 jours / an (outil global)

10 jours

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Identifier un bien immobilier susceptible d'accueillir un tiers-lieu
- 2 Intégrer les tendances de création d'entreprises individuelles à l'outil de suivi et les mettre à jour (cf. action #14)
- 3 Identifier des opérateurs de tiers-lieux, réaliser, publier et leur diffuser une communication ciblée

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.7 Action #7 : engager une politique de marketing et de communication de l'offre disponible et à venir en s'appuyant sur les partenaires



Exemple de communication de grands projets en assemblée



**Objectifs** : accélérer la commercialisation des zones d'activités



**Cibles** : entreprises, consulaires, commercialisateurs, promoteurs ...



**Pilotage** : Cotelub



**Contenu à développer** : vocation des ZA, chiffres clés (entreprises implantées, disponibilités), éléments de phasage et de projets, un mot d'élu indiquant l'engagement de Cotelub pour le développement économique



**Partenaires** : Vaucluse Attractivité, CCI, CMA, Conseil Général, Région PACA, EPFP, panel d'entreprises, agences immobilières

### Coûts / ETP



3 jours pour la mise en place de l'outil  
1 jour / mois pour la mise à jour



20 jours (organisation et tenue de l'événement)

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Communiquer les informations clés sur les ZA à vocation intercommunale (disponibilités, projets, services à proximité, entreprises implantées ...) aux partenaires et au sein de l'onglet « économie » du site web (cf. actions #0, #2, #5, #7, #8)
- 2 Réaliser un événement marquant de présentation du schéma d'accueil des entreprises indiquant les disponibilités dans les zones existantes et les projets avec leurs vocations en conviant le maximum de partenaires économiques

# 4. Plan d'actions – le SAE

## 4.8 Action #8 : améliorer la visibilité en amont et dans les ZA (signalétique et référencement)

Référencement ZA Dernier Château  
La Bastidonne



Référencement ZA les Meillères  
Cadenet



**Objectifs** : accroître la visibilité des ZA pour les partenaires / clients / fournisseurs des entreprises implantées et confirmer l'engagement pour le développement économique de la collectivité



**Pilotage** : Cotelub



**Partenaires** : entreprises, département (panneaux)



**Zones d'activités concernées** : les ZA à vocation intercommunale :

- Zone UE (La Tour-d'Aigues),
- ZA le Revol (La Tour-d'Aigues),
- Parc d'activités le Revol (La Tour-d'Aigues),
- ZA de Villelaure,
- Espace Economique Local (Cucuron),
- ZA Dernier Château (La Bastidonne)

**Opérations à conduire** pour Cotelub :

- 1 Vérifier avec les entreprises des zones le nom à communiquer sur les panneaux et leur satisfaction : nom commercial complet, abréviation, raison sociale ?
- 2 Améliorer et harmoniser la signalétique des ZA à vocation intercommunale le long des principales voies de communication
- 3 Envisager la création d'un onglet « zones d'activités » référençant les entreprises implantées dans les ZA à vocation intercommunale du territoire sur le site web de la collectivité (cf. actions #0, #2, #5, #7)

### Coûts / ETP

3 jours / an

~ 500 € / panneau supplémentaire


3 jours pour la mise en place  
1 jour / mois pour la mise à jour

### Postures



# 4. Plan d'actions – la stratégie

## 4.9 Action #9 : jouer un rôle moteur dans le développement touristique



L'étang de la Bonde



**Objectifs** : créer de l'emploi pérenne tout au long de la saison



**Montage** : appel à projets (critères spécifiques définis), appel à manifestation d'intérêt (sans grille formalisée = émergence d'idées)



**Pilotage** : Cotelub



**Lieu d'implantation** : étang de la Bonde

### Coûts / ETP

Selon parcelles nécessaires et négociations avec les propriétaires (enveloppe à définir)

~ 2 millions d'euros pour la restructuration de 7 400 m<sup>2</sup> de plage et la création d'un parking de 2 700 m<sup>2</sup> (étude InStrada – juin 2014)

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Continuer la politique de maîtrise foncière de parcelles de l'étang de la Bonde s'il le faut par expropriations
- 2 Aménager des espaces publics liés à l'accueil : stationnements, accès piétons etc.



# 4. Plan d'actions – la stratégie

## 4.10 Action #10 : changer d'échelle pour devenir une destination touristique à la hauteur du potentiel du territoire



**Objectifs** : s'appuyer sur le potentiel touristique pour le transformer en locomotive de l'économie



**Cibles** : offices de tourisme, agences de voyage, hébergeurs



**Pilotage** : Office de Tourisme, Cotelub

### Coûts / ETP

10 jours / an (Cotelub + OT)

15 jours / an (Cotelub + OT)



5 jours de mise en place  
15 jours / an (collecte, traitement, mise à jour et analyse de l'information)

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Se rapprocher des territoires voisins pour recenser leur offre touristique et leurs projets (DLVA et Pays d'Apt notamment)
- 2 Coconstruire avec eux un projet global dans le cadre d'un circuit territorial autour des marques Luberon Côté Sud, Luberon et Provence
- 3 Elaborer un outil commun de suivi des flux sur la base de plusieurs indicateurs : nuitées, demandes renseignées, nombre d'hébergements, visites / site, prix etc. (intégré à l'outil de veille cf. action #14)



## 4. Plan d'actions – la stratégie

### 4.11 Action #11 : accompagner la sécurisation du foncier et le développement agricole sur le territoire



**Objectifs** : limiter l'étalement urbain et accompagner le développement de l'agriculture



**Partenaires** : Chambre d'Agriculture du Vaucluse, Safer PACA, EPF PACA, Département, Société du Canal de Provence, Groupement de Développement Agricole, Caves coopératives

#### Coûts / ETP



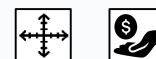
20 jours de définition d'une stratégie agricole  
1 jour / mois pour identifier des parcelles stratégiques et communiquer à la Safer



20 jours de définition d'une stratégie agricole  
1 jour / mois pour identifier des parcelles stratégiques et communiquer à la Safer

3 jours / an pour la préparation et la tenue d'une rencontre entre les partenaires concernés

#### Postures



#### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 S'engager dans une politique de portage du foncier agricole pour favoriser l'installation des jeunes agriculteurs (travail avec la Chambre d'Agriculture et la Safer [finance le portage])
- 2 Agir en faveur du remembrement en collaborant notamment avec les caves coopératives et la Safer (financements possibles)
- 3 S'impliquer pour le développement de l'irrigation en réalisant des réunions de travail avec la Société du Canal de Provence et le GDA

\*prix environ 6,5 euros / m<sup>2</sup> et recommandations de création de parcelles de 5 à 10 hectares par la Chambre d'Agriculture (Etude relative au foncier agricole en Sud Luberon – Chambre d'Agriculture 2012)

## 4. Plan d'actions – la stratégie

### 4.12 Action #12 : consolider la filière-bois en misant sur la qualité et le changement d'échelle



**Objectifs** : exploiter la ressource naturelle boisée du territoire en outil de développement économique



**Partenaires** : acteurs de la filière bois (propriétaires, exploitants, commerçants ...) et EPCI concernés dans le périmètre du PNR

#### Coûts / ETP

10 jours de travail en interne (feuille de route + validation en Bureau)

En continu

15 jours / an

#### Postures



#### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Valider le principe d'une action pilote pour la certification PEFC des forêts intercommunales
- 2 Exiger la certification PEFC pour les prestataires des marchés publics de Cotelub
- 3 Travailler à la constitution d'une filière-bois avec les territoires voisins à l'échelle du PNR (DLVA, LMV et Pays d'Apt notamment)

# 4. Plan d'actions – la stratégie

## 4.13 Action #13 : développer une politique commerciale intercommunale



Le Café Bleu – La Bastidonne



**Objectifs** : lutter contre l'évasion commerciale et renforcer l'attractivité des centres-villes



**Cibles** : commerçants



**Pilotage** : Cotelub et communes



**Partenaires** : communes

### Coûts / ETP

Action continue

Selon opportunités  
(enveloppe à définir)

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :



- 1 Inciter les communes à user de leur droit de préemption. Ex : rachat et mise à disposition de baux à prix compétitifs // La Tour-d'Aigues, Ansois
- 2 Supporter les frais éventuels d'aménagement des locaux avant l'installation des nouveaux commerçants et des repreneurs



# 4. Plan d'actions – la stratégie

## 4.14 Action #14 : s'engager pour le développement de la silver economy et l'offre de services aux séniors

NOTRE-DAME  
de la  
*Ferrage*



EHPAD  
André Estienne



**Objectifs** : accompagner les activités économiques liées au vieillissement de la population :  
+60 ans : +1/4 de la population en 2014 (INSEE)  
+15% de +60 ans entre 2009 et 2014 sur le territoire (contre -1% des 15-29 ans et -2% des 30-44 ans sur la même période)  
Offrir des perspectives d'emploi pour les actifs peu qualifiés du territoire



**Cibles** : personnes âgées / actifs peu qualifiés



**Partenaires** : communes, organismes de formation

### Coûts / ETP

Action continue

Selon opportunités  
(enveloppe à définir)

5 jours / an  
(mobilisation des partenaires)

### Postures



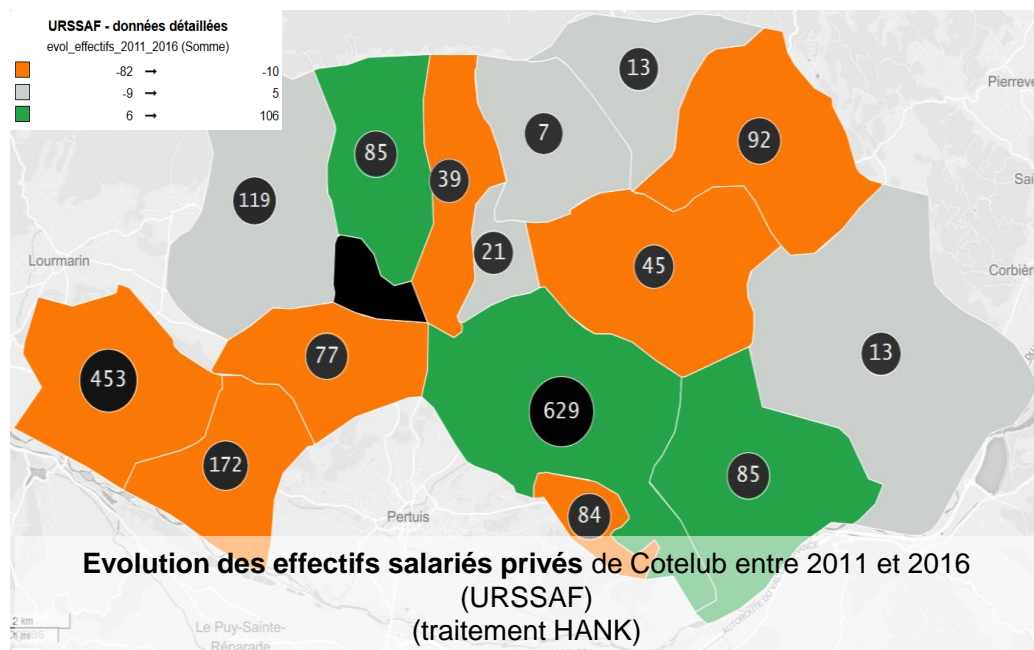
### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Inciter les communes à inscrire dans les documents cadres sur l'habitat la nécessité de conserver des habitations adaptées aux personnes âgées (aménagement) en centre-bourg avec une offre de services à proximité et promouvoir les nouvelles formes d'habitat : co-living / colocation avec services par exemple
- 2 Faciliter l'implantation d'entreprises de services aux personnes sur le territoire (préemption de locaux, accompagnement ...) // projet de maison type « Seigneuriales » à la Tour-d'Aigues
- 3 Accompagner le développement d'offres de formation professionnelles (initiale et continue) dans le domaine de la santé et de l'action sociale sur le territoire (en lien avec le MFR, Mission Locale, GRETA, Pole Emploi, Maison de l'Emploi Sud Vaucluse ... )



# 4. Plan d'actions – la stratégie

## 4.15 Action #15 : mettre en place un outil de veille sur la base de grands indicateurs économiques et touristiques



**Objectifs** : anticiper les évolutions socioéconomiques du territoire et disposer d'un outil stratégique d'aide à la décision



**Cibles** : offices de tourisme, agences de voyage, hébergements



**Contenu et indicateurs** : population, emploi, tourisme, foncier, création/radiation d'entreprises ...

### Coûts / ETP

Coûts compris dans les 15 jours / an de mise à jour et collecte



5 jours de mise en place  
15 jours / an pour la mise à jour, collecte des données et l'analyse

### Postures



### Opérations à conduire pour Cotelub :

- 1 Se rapprocher d'organismes producteurs de statistiques (ex : CCI pour les créations / radiations, OT pour les demandes renseignées ...)
- 2 Construire un outil de diagnostic et de veille mis à jour annuellement et présenté en commission qui pourra servir d'outil d'aide à la décision (voir actions (cf. actions #6, #10))



Retour à la présentation

# 4. Plan d'actions – la stratégie

## Synthèse des opérations, ETP et coûts estimés

	ETP fixe (mise en place, événements ponctuels ...)	ETP / an (fonctionnement, mises à jour ...)	Coût fixe	Coût de fonctionnement / enveloppe
--	---	--	-----------	------------------------------------

Schéma d'accueil des entreprises

	<p><b>~58 jours dont</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Validation financements transfert ZAE intercommunales (1j)</li> <li>Événement communication SAE (20j)</li> <li>Communication disponibilités ZAE (3j)</li> <li>Mise en place outil de suivi demande d'implantations (2j)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Séances de travail CMA (4j)</li> </ul> </li> <li>Identification et rencontres promoteurs / opérateurs VAES (10j)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Cahier des charges VAES (5j)</li> </ul> </li> <li>Identification et rencontres opérateurs tiers-lieu (10j)</li> <li>Création de l'onglet ZA sur le site web (3j)</li> </ul>	<p><b>~42 jours/an dont</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mise à jour et communication disponibilités / projets ZAE (12j)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Mise à jour et suivi des demandes d'implantation (12j)</li> </ul> </li> <li>Traitement dossier demandes d'accompagnement ZA communales (6j)</li> <li>Validation subventions (4j)</li> <li>Travail en réseau avec les commerçants/restaurateurs du territoire (5j)</li> <li>Vérification noms entreprises ZAE (3j)</li> </ul>	<p><b>~100 000 euros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Etudes pour l'aménagement de 3 ZAE (~75 000 €)</li> <li>Enquête entreprises (artisans) (5 000 €)</li> <li>Harmonisation de la signalétique des ZA à vocation intercommunale (~5 000 €)</li> </ul>	<p><b>A définir</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enveloppe accompagnement ZA à vocation communale (polarités économiques)</li> </ul>
--	--	--	---	--

Stratégie économique

	<p><b>~35 jours dont</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réunion de travail avec la Chambre d'Agriculture et la Safer (20j)</li> <li>Validation du principe d'une action pilote pour la certification PEFC des forêts intercommunales (10j)</li> <li>Mise en place de l'outil de veille (5j)</li> </ul>	<p><b>~62 jours/an dont</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Travail avec les territoires voisins pour travailler la stratégie tourisme (12j)</li> <li>Identification de parcelles stratégiques dans le cadre de politiques de remembrement / portage foncier (12j)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Réunion avec les partenaires pour l'amélioration de l'irrigation (3j)</li> </ul> </li> <li>Travail pour la constitution d'une filière-bois (15j)</li> <li>Accompagnement au développement d'une offre formation services à la personne (5j)</li> <li>Fonctionnement de l'outil de veille (15j)</li> </ul>	<p><b>~2 millions d'euros</b> coût estimé pour la restructuration de 7 400 m² de plage et la création d'un parking de 2 700 m² (étude InStrada – juin 2014)</p>	<p><b>A définir</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enveloppe sécurisation du foncier étang de la Bonde</li> <li>Enveloppe aménagements locaux commerciaux lorsque les communes préemptent</li> </ul>
--	--	--	---	--



**~1 ETP** (missions supplémentaires liées aux activités quotidiennes de développement économique et actions continues non-comprises ici)

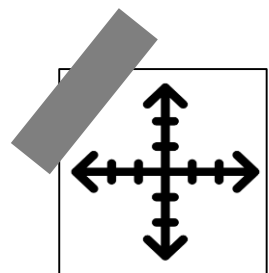
# 4. Plan d'actions – la stratégie

## Les 4 postures de la collectivité



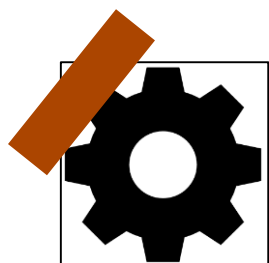
### Stratège

Réflexion sur les opportunités et les risques du territoire en matière de développement (intelligence et veille économique) et élaboration / communication des orientations stratégiques et de leurs implications territoriales



### Coordinateur

Interface entre les différents acteurs du territoire pour rendre les actions cohérentes (communes, acteurs économiques [CCI, CMA, Chambre d'agriculture], habitants, actifs ...)



### Faiseur / porteur

Prise de partie et implication sur des sujets dans une posture plus engagée et plus directe que celle de coordinateur (réalisation d'études, de cahiers des charges, d'opérations d'aménagement ...)



### Financier

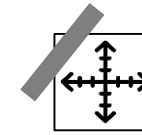
Soutien financier pour des opérations ciblées

# 4. Plan d'actions – la stratégie

## Synthèse des postures (1)



Stratège



Coordinateur



Faiseur



Financier

Postures Cotelub



Actions



#0 valider le principe du plan d'actions et l'esprit du SAE



#1 valoriser les zones d'activités d'intérêt local (polarités économiques)



#2 assurer la mise sur le marché de petites parcelles principalement à destination des artisans



#3 envisager la création d'un ou plusieurs villages d'artisans



#4 accompagner le développement d'offres de stockage



#5 positionner le parc d'activités le Revol sur le tertiaire technologique et supérieur



#6 rester opportuniste vis-à-vis de projets privés pour un tiers-lieu



#7 engager une politique de marketing et de communication de l'offre disponible et à venir en s'appuyant sur les partenaires

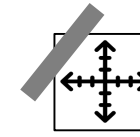


# 4. Plan d'actions – la stratégie

## Synthèse des postures (2)



Stratège



Coordinateur



Faiseur



Financier

Postures Cotelub



Actions



#8 améliorer la visibilité en amont et dans les ZA (signalétique et référencement)



#9 jouer un rôle moteur dans le développement touristique



#10 changer d'échelle pour devenir une destination touristique à la hauteur du potentiel du territoire



#11 accompagner la sécurisation du foncier agricole et le développement agricole sur le territoire



#12 consolider la filière-bois en misant sur la qualité et le changement d'échelle



#13 développer une politique commerciale intercommunale



#14 s'engager pour le développement de la silver economy et l'offre de services aux séniors



#15 mettre en place un outil de suivi sur la base de grands indicateurs économiques et touristiques



Cotelub : un rôle de **stratège** (veille et intelligence économique) et de **coordinateur** (relations avec les partenaires)

# 4. Plan d'actions

## Temps d'échanges



Partage autour des orientations proposées

# Annexes

# Annexe #1

## Les zones d'activités du territoire de Cotelub aujourd'hui



Foncier économique total : **47 ha** dont 61 % (29 ha) à la Tour-d'Aigues  
Foncier immédiatement disponible estimé : **4 432 m<sup>2</sup>** à la Tour-d'Aigues

● Etablissements    ↗ Zones d'activités

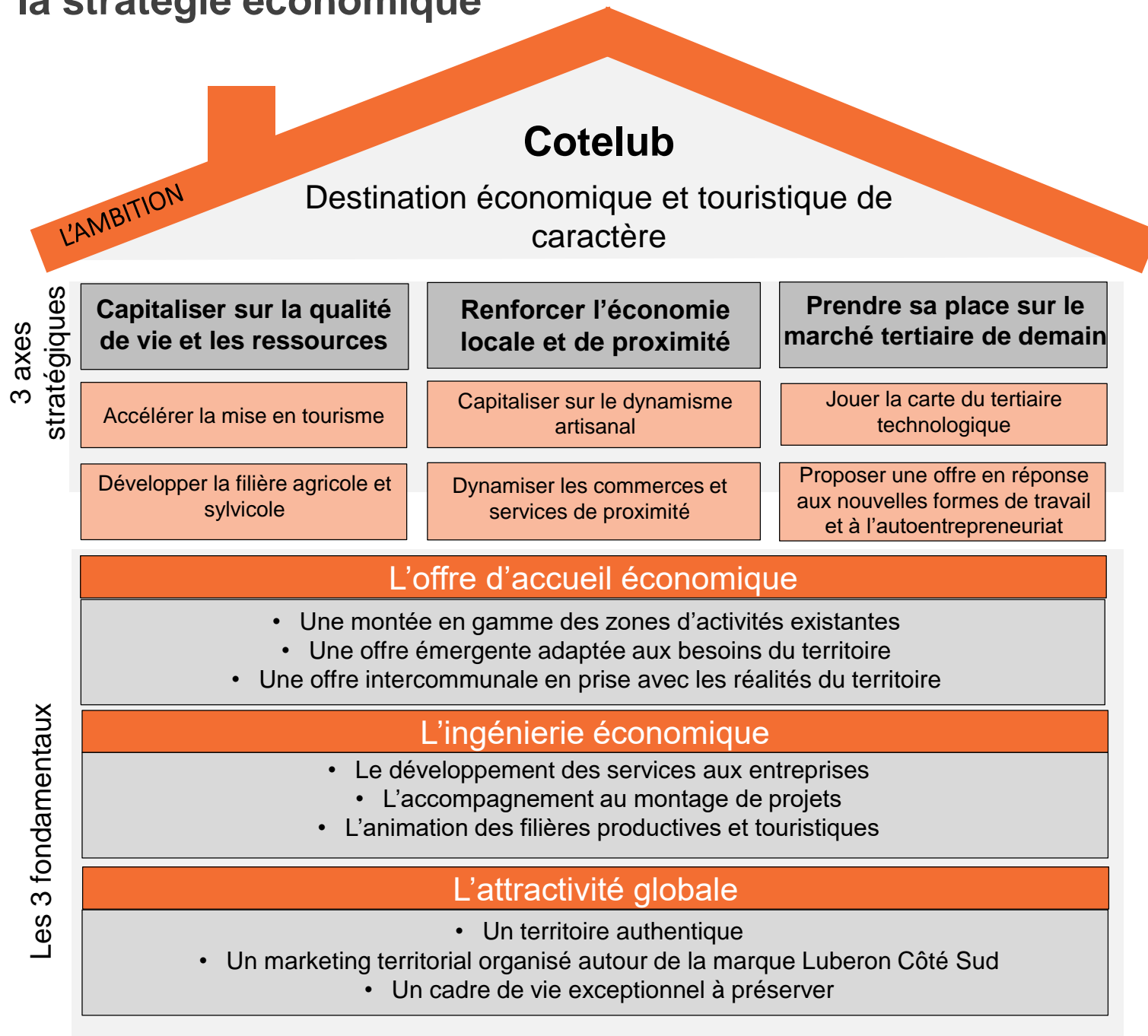


\*sans portion D956



# Annexe #2

## Focus sur la stratégie économique



# Annexe #3

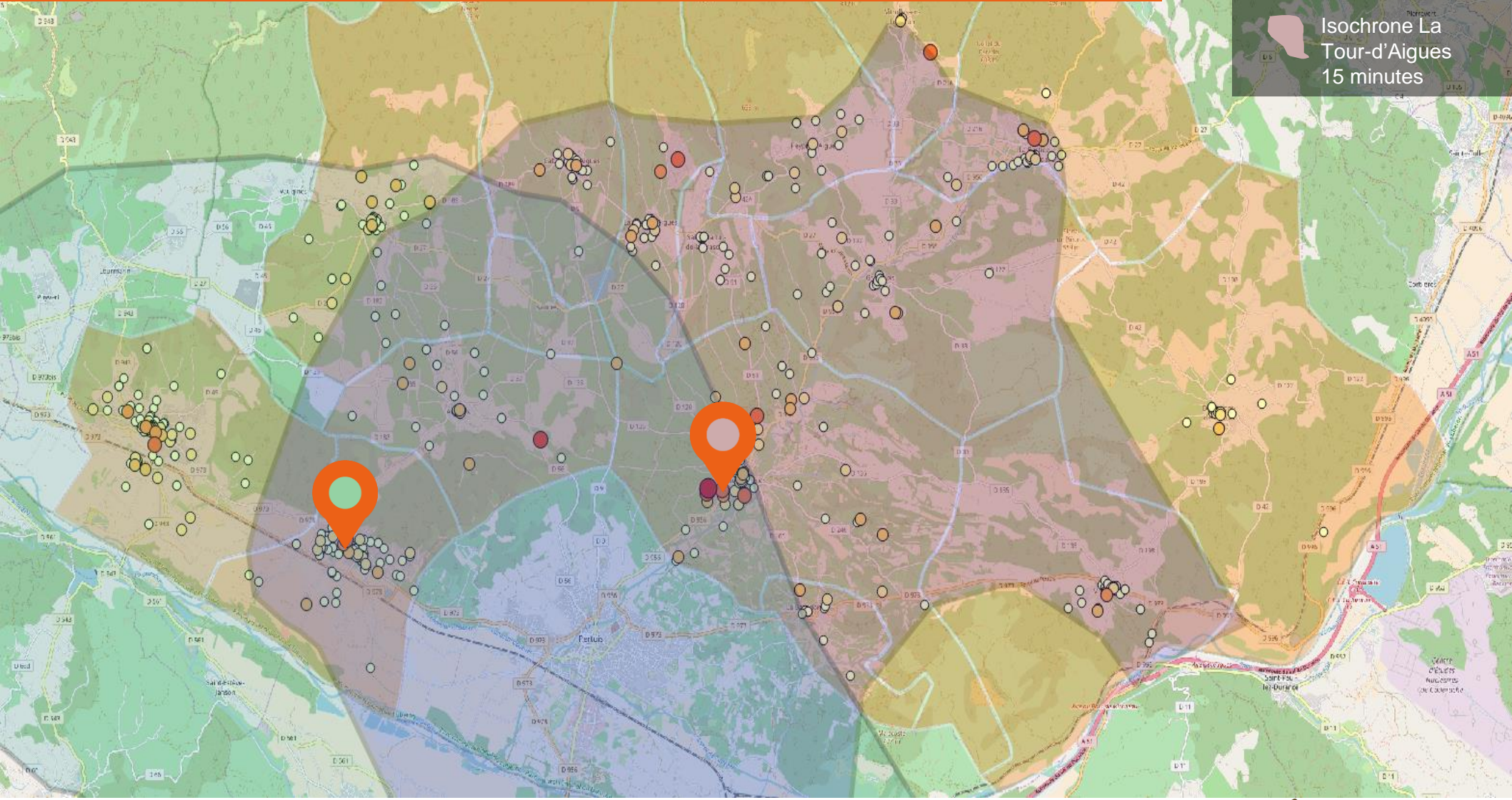
## Implantation du ou des village-s d'artisans



- Option Villelaure : les deux-tiers des entreprises artisanales à 15 minutes (417 établissements/678)
- Option La Tour-d'Aigues : 40% des entreprises artisanales à 15 minutes (273 établissements/678)

**Légende**

- Isochrone ZA Villelaure 15 minutes
- Isochrone La Tour-d'Aigues 15 minutes





# Annexe #4

## Focus sur le village d'artisans



Retour à la présentation

### Le village d'artisans



Poliat (Ain)



Fouqueville (Eure)



Crosville-la-Vieille (Eure)

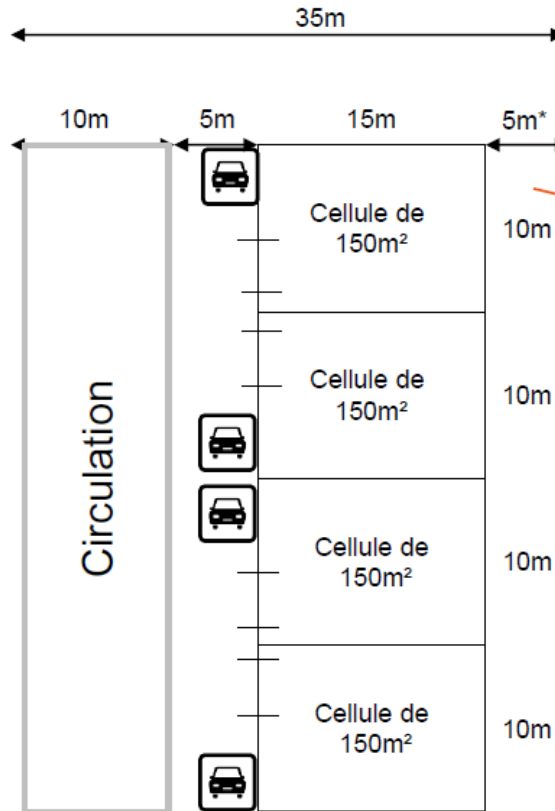


Schéma d'aménagement

Potential  
espace de  
stockage en  
extérieur  
couvert

### Le village d'artisans :

- génère du flux : il faut le positionner dans un **lieu accessible** où les camions peuvent manœuvrer.
- doit avoir une **bonne visibilité** : être en front de route.
- doit être positionné sur un **axe stratégique** (D973)
- doit être **travaillé architecturalement** pour ne pas jurer dans le paysage de Cotelub

- 1 Réaliser une **enquête** auprès des artisans du territoire pour sonder la demande et valider le marché
- 2 Associer les artisans à sa **conception**
- 3 Définir avec eux l'**offre de services partagés**

# Annexe #5

## Focus sur l'offre immobilière de stockage / entreposage



Retour à la présentation

### Entreposage



Stockage partagé – Homebox  
Saint-Egrève



Locaux de stockage Annex

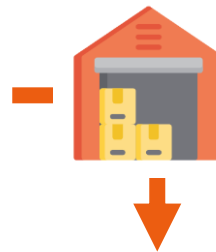
Plusieurs entreprises actives en France

**Annex**  **National BOX**  
mon box sécurisé – J'optimise mon stockage

 **Boxexpress**  
Solutions

**HOME  
BOX**

- Des **box modulables** de 1 à 50 m<sup>3</sup>
- Un aménagement permettant la location simultanée de **plusieurs espaces**
- Des **facilités d'accès** par la route et des **stationnements pensés** pour favoriser la manœuvrabilité
- Une **intégration** architecturale et paysagère travaillée



Adapter cette offre à :

- un **local existant** du territoire
- un **futur local** dans une zone d'activités autorisant l'entreposage

### Les espaces partagés d'entreposage :

- **éviter** aux entreprises de **pousser les murs** et de trouver des terrains, entrepôts pour leur activité
- **limiter les coûts** fixes : entretien, gardiennage, fenwick ...
- offrir une **solution flexible** aux utilisateurs pour s'adapter à leurs besoins ponctuels (pas de bail)
- s'installer sous forme de **box sécurisés dans des locaux déjà existants** (pas de dégradation visuelle majeure)
- peut servir d'espaces de stockage d'appoints pour des **particuliers (R+1)**

### 2 objectifs :

- 1 Répondre à la demande des artisans sans les contraindre à trouver du nouveau foncier/immobilier
- 2 Exploiter la vacance immobilière et foncière présente dans certaines zones d'activités



# Annexe #6

## Implantation du tiers-lieux : les offres de Lourmarin et Pertuis



- 79% des établissements tertiaires potentiellement captés par l'offre tiers-lieu de Pertuis et Lourmarin (194 établissements tertiaire\* sur 245)
- Positionner une offre typique, innovante et différenciante



**La Fruitière Numérique**  
10aine sièges (coworking)  
4 €/heure, 240 €/an, (coworking)  
Auditorium (230 places)  
Fab-lab  
EPN  
Marché – circuits courts



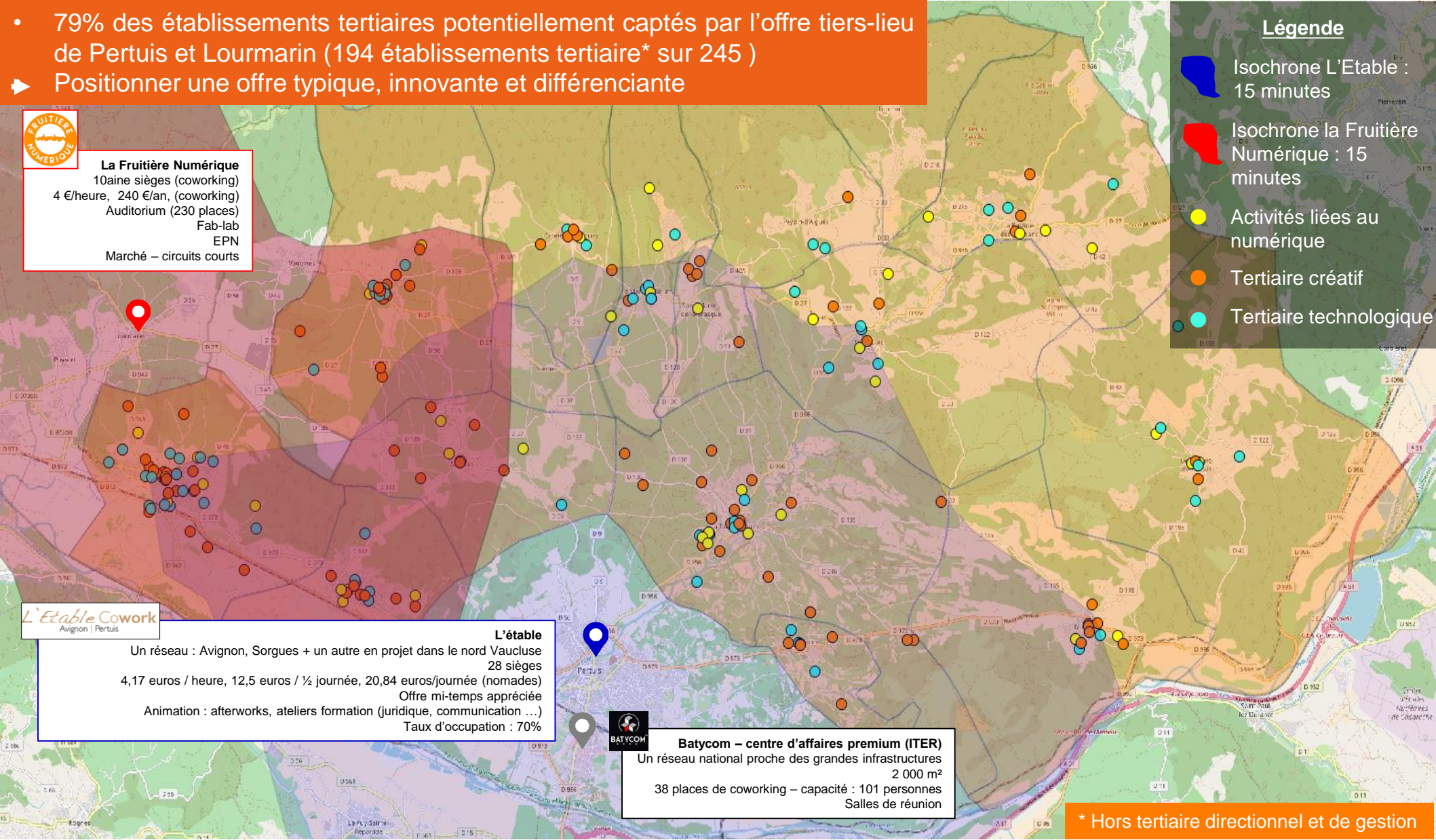
**L'Étable**  
Un réseau : Avignon, Sorgues + un autre en projet dans le nord Vaucluse  
28 sièges  
4,17 euros / heure, 12,5 euros / ½ journée, 20,84 euros/journée (nomades)  
Offre mi-temps appréciée  
Animation : afterworks, ateliers formation (juridique, communication ...)  
Taux d'occupation : 70%



**Batycom – centre d'affaires premium (ITER)**  
Un réseau national proche des grandes infrastructures  
2 000 m<sup>2</sup>  
38 places de coworking – capacité : 101 personnes  
Salles de réunion

**Légende**

- Isochrone L'Étable : 15 minutes
- Isochrone la Fruitière Numérique : 15 minutes
- Activités liées au numérique
- Tertiaire créatif
- Tertiaire technologique



\* Hors tertiaire directionnel et de gestion

# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.1 : le pionnier – ouverture en 2007

### La Cocotte Numérique



Situé au cœur du Parc Naturel des Volcans d'Auvergne dans le Cantal à Murat (15300) – 2 000 habitants. Créé par la communauté de communes.

Animation par x salariés :

#### L'offre immobilière et technique :

- 100 m<sup>2</sup> de bureaux d'espace partagés
- 6 bureaux privatifs
- Connexion haut-débit
- Salles de réunion
- Salle de visioconférence
- Un Fab-Lab ouvert à tous les publics : privés comme scolaires, artisans etc.

#### Services proposés :

- Ateliers sur l'accompagnement au télétravail (avant, pendant et après la création d'entreprises)
- Ateliers sur l'aide au financement et crowdfunding (Ulule)
- Des événements organisés toute l'année

#### Tarifs :

- ½ journée : 6 euros
- 1 journée : 10 euros
- 6 jours : 40 euros
- 1 mois : 100 euros (avec bureau privatif)



Aurélie POUMEYROL

**Nom de la société :** AlphaComm / Infographie – Webdesign

**Description de l'activité :** Vous êtes à la recherche d'une personne pour vous aider à réaliser votre communication visuelle ? Vous êtes en panne d'inspiration ou d'idée pour concevoir vos supports de communication ? Ou vous souhaitez tout simplement un logo, une affiche ou un site web ? Je suis là pour vous aider à développer votre projet. Ensemble nous construisons un visuel à la fois clair et percutant afin de transmettre votre message. Que vous soyez un professionnel ou un particulier n'hésitez pas à me contacter !



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Développer une offre similaire en centre-bourg pour générer du flux
- Associer au tiers-lieu un fab-lab de petite envergure pour fournir des équipements accessibles à tous (artisans, artistes, scolaires ...)

#### Quels effets attendus ?

- Redynamiser un centre-bourg
- Offrir une visibilité aux entrepreneurs individuels du territoire
- Mutualiser des équipements (salles de réunion, outils fab-lab...)



# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.2 : #déconnexion



### La Mutinerie Village

La Mutinerie Village se trouve à Saint-Victor-de-Buthon en Eure-et-Loir (28) – 513 habitants. **Coût de développement limité** : héritage de la maison de famille. Animation du réseau par 12 salariés.

La Mutinerie dispose aussi d'un espace de coworking à Paris.

#### L'offre immobilière et technique :

- Espaces de coworking
- Makerspace (fab-lab)
- Salle de réunion

#### Services proposés :

- Repas et convivialité
- Formation aux outils graphiques

#### Positionnement :

Le site joue sur l'aspect « **déconnexion** » et vise un public parisien (1h30 de la capitale).

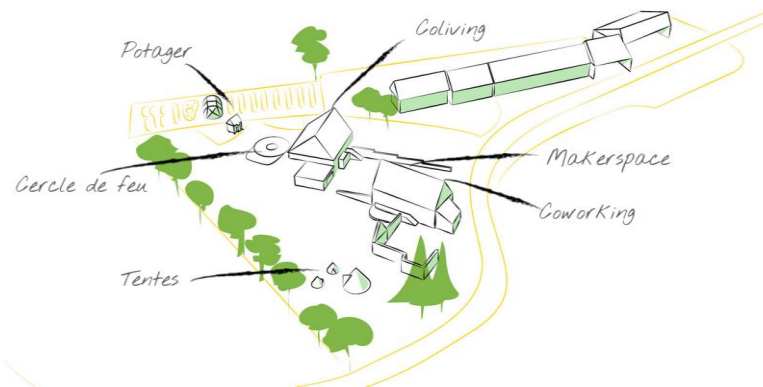
#### Fréquentation :

- 1 325 accueillies depuis juin 2014

#### Tarifs :

- 50 euros pour 24 « au vert »
- 300 euros par semaine

En pension complète avec repas collaboratifs, hébergement en dortoir (co-living), navettes gratuites (désenclavement)



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Exploiter le cadre de vie exceptionnel pour des séjours coworking courte-durée
- Envisager le développement d'une offre co-living en pension complète en jouant la carte du cadre de vie et de la déconnexion
- Une offre qui pourrait être développée en dehors d'un centre-bourg

#### Effets attendus :

- Surfer sur la vague de la déconnexion en liant nature et travail
- Attirer des actifs d'AMP et d'autres espaces urbains séduits par le cadre de vie de Cotelub

# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.3 : l'offre à moindre coût



### Coworking 95

Coworking 95 se trouve à l'Isle-Adam dans le Val d'Oise (28) – 11 804 habitants. Local réaménagé pour un **coût marginal**. Animation par la propriétaire.

#### L'offre immobilière et technique :

- Un espace professionnel revisité par une active dans la publicité
- Espaces de coworking (12 postes nomades et fixes)
- Salles de réunions
- Postes équipés

#### Services proposés :

- Formation aux outils graphiques

#### Positionnement :

- Une offre intimiste (bâtiment commercial attenant à une activité existante) et aucune concurrence à 10 kilomètres.

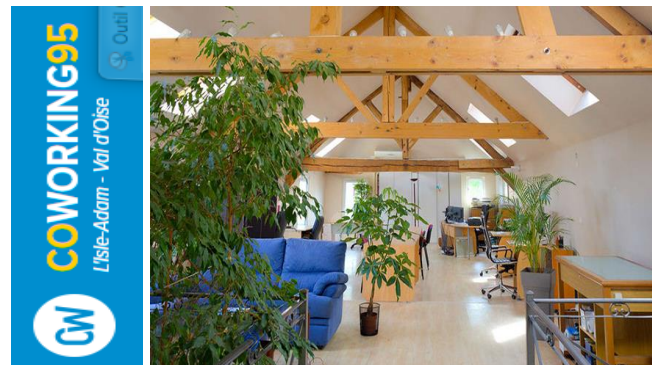
#### Fréquentation :

- Locaux de l'Isle-Adam
- Taux d'occupation : 75%

#### Tarifs :

- ½ journée 15 euros
- 1 journée 25 euros
- 5 jours 125 euros
- 11 jours 240 euros

Bureaux fermés : entre 25 et 30 euros la demi-journée selon la taille du bureau



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Mobiliser un professionnel disposant de trop d'espace en centre-bourg pour développer une offre de coworking attenante à son activité (corpworking)
- Prendre garde toutefois à la qualité de l'animation de l'espace s'il est géré par un particulier

#### Effets attendus :

- Développer une offre de coworking à moindre coût (ré-exploitation / réaménagement d'un local existant)



# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.4 : dynamisation du centre-ville

### La cocotte-minute

Tiers-lieu implanté dans le centre-ville de Lesparre-Médoc en Gironde – 5 600 habitants. Corpworking d'une agence de communication et projet privé financé à 30% par l'AMI numérique : **coût de développement limité**. Animation par une personne en lien avec les associations locales.

#### L'offre immobilière et technique :

- 100 m<sup>2</sup> d'espaces aménagés
- Open space de 10 bureaux
- Salle de réunion (6 à 8 personnes)
- Studio photo

#### Services proposés :

- Colunchs (partage de repas)
- Formations : communication en ligne, community management

#### Positionnement :

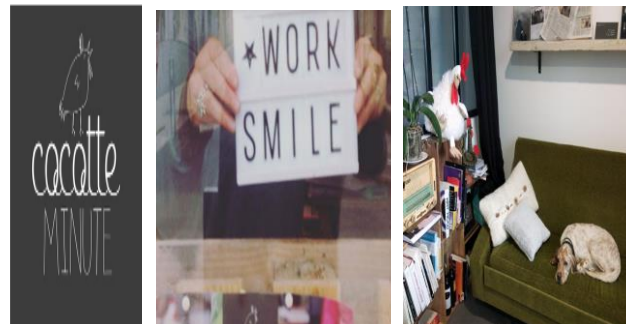
- Flexibilité : les locaux se transforment en boutique éphémère le samedi (génère un flux important) + d'autres événements organisés : vides-dressings, expositions photos ...

#### Fréquentation :

- Taux d'utilisation à 80%
- Profils très variés : indépendants, TPE captés à 20 minutes

#### Tarifs :

- ½ journée : 7 euros
- Journée : 10 euros
- Bureau personnel au mois : 160 euros



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Mobiliser un professionnel disposant de trop d'espace en centre-bourg pour développer une offre (corpworking)
- Créer un espace modulable organisant des événements le weekend ouverts aux habitants

#### Effets attendus :

- Développer une offre de coworking à moindre coût (ré-exploitation/ réaménagement d'un local existant)
- Le positionner en centre-bourg pour générer du flux la semaine (coworkers) et le weekend (événements)

# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.5 : offre mixte avec Fab-Lab



### La Fruitière Numérique

Tiers-lieu implanté à Lourmarin – 1 150 habitants. Création en mai 2015 dans les locaux de l'ancienne coopérative de fruits préemptée par la commune en 2011 et cédée à une association devenue **SPL. 3 salariés** temps-plein pour la gestion du site.

Coût d'aménagement pour la collectivité : **5,5 millions d'euros**

#### L'offre immobilière et technique :

- Coworking (dizaine de postes)
- Un auditorium de 230 places
- Fab-lab

#### Services proposés :

- Formations numériques (EPN)
- Conférences organisées
- Animations et réseautage (à venir)
- Locations de salles pour des séminaires d'entreprises

#### Positionnement :

- Tiers-lieu total : EPN, fab-lab, salles de conférences ...

#### Fréquentation :

- 5 coworkers réguliers (objectif de 20 à 2020)
- Beaucoup de coworking temporaires
- +10-15% fréquentation en été

#### Tarifs (en cours de refonte) :

- 3 => 4 euros/heure
- 240 euros à l'année (tarif prévisionnel)



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- S'inspirer du modèle de Lourmarin : réexploiter un ancien local
- Penser au potentiel du tourisme d'affaires ciblé par la Fruitière Numérique
- Faire du tiers-lieu un espace apprenant sur le modèle de l'EPN
- Assurer une animation forte (ce qui manque aujourd'hui à la Fruitière Numérique)

#### Effets attendus :

- Redynamiser le centre-bourg d'une commune avec une offre innovant
- Limiter la vacance en centre-bourg en développant un tiers-lieu attractif
- Gagner en image et en notoriété

# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.6 : tourisme et affaires



### Calvi coworking

Tiers-lieu implanté à Calvi – 5 530 habitants à 2 minutes du port. Achat du local et aménagement : **coût de développement élevé**. Animation par la propriétaire.

Création récente en été 2017

#### L'offre immobilière et technique :

- Bureaux partagés (8 à 10 postes – 100 m<sup>2</sup> de locaux)
- Beaucoup de locations à l'heure
- Salles de réunions

#### Services proposés :

- Petit déjeuner partagé tous les matins
- Apéro réseautage le 3<sup>e</sup> jeudi du mois

#### Positionnement :

- Capter les touristes et les résidents de maisons secondaires

#### Fréquentation :

- Un taux d'occupation assez faible pour le moment : besoin de référencement et de communication sur l'offre

#### Tarifs

##### Openspace :

- 5 euros de l'heure
- 26.40 euros la journée
- 84 euros la semaine
- 234 euros le mois

##### Salles de rendez-vous :

- 15 euros de l'heure
- 79.20 euros la journée
- 216 euros la semaine

calvi  
COWORKING



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Penser à développer des locaux modulables capables d'absorber un volume suffisant de nomades pendant l'été et éventuellement le weekend :
  - Touristes
  - Habitants des résidences secondaires

#### Effets attendus :

- Créer une offre à destination des professionnels du territoire ...
- ... complétée par une clientèle de passage et temporaire pendant l'été et les weekends

# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.7 : l'acteur vauclusien



### L'étable coworking

Espace de coworking implanté à Pertuis.

**Coût d'aménagement moyen** : achat du local et équipement. Trois responsables et fondateurs.

#### L'offre immobilière et technique :

- Open space : 28 postes
- Salles de réunion

#### Services proposés :

- Afterwork : rencontres des travailleurs
- Ateliers thématiques avec des experts : juridique, communication ...
- Petits-déjeuners

#### Positionnement :

- 70% d'indépendants
- 30% d'employés en télétravail
- Une offre mi-temps très utilisée
- Une stratégie de développement agressive : couvrir toute la Vaucluse à 45 minutes en voiture (ouverture prochaine d'un espace dans le nord du département)
- Locations de salles à des associations en soirée ou le weekend

#### Fréquentation :

- Taux d'occupation de 70%

#### Tarifs :

- 4,17 euros/heure
- 12,5 euros/ ½ journée
- 20,84 euros/journée
- Offre résident : 250 euros/mois, 100 euros pour les soirs et weekend (18h à 2h du matin)



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Positionner une offre différente de celle de l'étable coworking basée sur :
  - Le pass réseau (possibilité de travailler dans les centres de Pertuis, Sorgues ou Avignon)
  - Une franchise et une marque reconnue sur le territoire = se positionner sur la proximité et la qualité
  - Produire une offre moins onéreuse que 4 euros/heure

#### Effets attendus :

- Capter des utilisateurs de Cotelub éloignés de l'Étable (nord)
- Gagner en visibilité sur le territoire de l'innovation et positionnant une offre qualitative



# Annexe #7 : Benchmark tiers-lieux

## 7.8 : 100% tiers-lieu



### Village Factory

Tiers-lieu implanté à Asnière-sur-Vègre dans la Sarthe (72) – 400 habitants. Coût d'aménagement marginal : tiers-lieu implanté dans une école du village qui allait fermer pour en faire un « **espace apprenant** » donné par la commune. Animation par une association.

Membre du réseau Village Factory – en **recherche de partenaires** dans des milieux ruraux en France.

#### L'offre immobilière et technique :

- Espace de 200 m<sup>2</sup>
- Open space (salle de classe réaménagée) : 10 postes
- Salles de réunions/ événements

#### Services proposés :

- Evénements hebdomadaires : cinéma, ateliers, cours de langues

#### Positionnement :

- Accueillir les indépendants du territoire (10 km à la ronde)
- Accueillir les personnes de résidences secondaires l'été

#### Fréquentation :

- Tous profils : apiculteur, médecins, professeurs, consultants ...

#### Tarifs :

- Adhésion entrée du lieu : 29 euros pour l'année
- 15 euros / mois pour le coworking
- En fonction des animations, l'intervenant détermine un prix d'entrée.



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Développer un tiers-lieu modulable ouvert toute la semaine (coworking la journée, événements le soir et le weekend)
- Produire un lieu 100% écoresponsable en lien avec le positionnement du territoire (qualité de vie)
- Donner un local à moindre coût et en confier la gestion à une association (garantir un coût faible pour les utilisateurs)

#### Effets attendus :

- Développer des réseaux entre indépendants (architecte + graphiste)
- Gagner en visibilité : grâce à cet espace : la commune va être équipée de la fibre (zone blanche auparavant) + occurrences presse

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.1 : l'option numérique (1)



### Progiciel AchetezA ©

Logiciel professionnel AchetezA doté de multiples fonctionnalités.

Place de marché locale (référencement, vente en ligne, visibilité, services collectifs...) sur PC, smartphone et tablette.

**En option « à la carte » notamment :**

- Chèque « Kdo » local
- Carte fidélité
- Animation consommateurs zone de chalandise
- Plateforme citoyenne de services de la collectivité/régie (*expérimentation en 2018*)

Une quarantaine de « places de marché locales » en France, plus de 15 000 commerçants référencés.

### Le cas du Puy en Velay (43) :

- Environ 150 commerçants issus de 19 communes
- 100 000 connexions/an

Collecte de « data » du territoire par un compte territorial unique, pour une meilleure connaissance du profil du consommateur.

# achetez<sup>a</sup>.com



MES  
**COMMERÇANTS**  
DU GRAND-HAINAUT.COM

**achetez**  
**au puy.com**  
La galerie des indépendants

<http://www.achetezaupuy.com/>

Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Construire le même système à l'échelle de l'EPCI :
  - Un potentiel de **523** établissements,
  - Répartis sur 14 communes.
- Des chèques cadeaux de produits locaux (adaptabilité avec les filières courtes et les producteurs)

Effets attendus :

- Permettre de lutter contre le développement l'offre des super et hypermarchés
- Redynamiser les cœurs de village
- Offrir une vitrine numérique aux commerces locaux
- Favoriser la consommation sur place avec les chèques cadeaux

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.2 : l'option numérique (2)



### Conciergerie numérique de proximité « Sceaux-Shopping »

Initiative lancée en 2013, élaborée conjointement par la Ville de Sceaux et l'Union des commerçants et artisans, soutenues par la CCI des Hauts-de-Seine, et en partenariat avec la Poste.

42 commerçants (sur les 180 de Sceaux) fédérés via le site « Sceaux-shopping » pour proposer trois modes de livraison à leurs clients :

- *Click & Collect* en magasin
- Livraison à domicile par triporteur électrique

- Retrait en consigne automatique 24h/24 et 7j/7 (*casiers sécurisés installés à proximité de la gare RER*)

**Objectif** : capter les 8 000 Scéens actifs travaillant hors du territoire



Deux consignes Bluedistrib ont été installées en mars 2017

<http://www.sceaux-shopping.com>

**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Construire le même système à l'échelle communale ou par regroupements de communes
- Mobiliser la CCI sur la thématique en invoquant l'exemple de Sceaux
- Créer une plateforme fédérant les commerçants et les artisans (à développer en lien avec Connexion en Lubéron, la CMA et la CCI) pour l'achat en ligne avec des bornes de livraisons dans des lieux stratégiques (entrée de ville).

**Effets attendus** :

- Permettre de lutter contre le développement de l'offre de livraisons à distance des grandes enseignes par une autre offre forme de livraison flexible
- Limiter les achats en grande surface lors des flux domicile-travail (par exemple vers Pertuis)

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.3 : l'option numérique (3)



### Les actions d'AMBLAMEX, l'union commerciale intercommunale de la Plaine de l'Ain

La fédération des commerçants d'Ambérieu-en-Bugey, Lagnieu et Meximieux regroupe 100 commerçants qui se sont donnés pour objectif de :

- Limiter l'évasion commerciale (vers Lyon, Bourg-en-Bresse...)
- Offrir aux consommateurs de nouveaux outils
- Communiquer à grande échelle

Deux outils ont été développés :

- Le **chèque cadeau** Amblamex

- « **Mon Panier Futé** », site de vente en ligne avec point de retrait sur chacune de leurs communes. Les habitants commandent et règlent en ligne avant 12h, récupèrent leurs courses en point relais entre 17h et 19h.

Ce projet est soutenu par de nombreux partenaires : CCI Ain, le Département de l'Ain, les municipalités d'Ambérieu, Lagnieu et Meximieux, La Caisse d'Epargne, le Crédit Agricole...

LE CHEQUE CADEAU | **AMBLAMEX**



Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Adapter les horaires d'ouverture aux horaires de sortie de travail et aux mobilités de travail notamment pour les personnes travaillant sur AMP (19-20h).
- Des chèques cadeaux donnés par les entrepreneurs à leurs salariés. Créer une synergie avec les chèques « Kdo » locaux développés au Puy-en-Velay.
- Créer des points relais type « Sceaux Shopping ».

Effets attendus :

- Réduire l'évasion commerciale vers Pertuis et Puyvert et les effets néfastes du drive
- Accroître la visibilité des commerces de proximité
- Mutualiser les coûts de communication pour les commerçants



# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.4 : la formation numérique



### « Le numérique pour mon commerce », Pays d'Aurillac et CCI du Cantal

Le Pays d'Aurillac, en partenariat avec la CCI du Cantal propose un cycle de 3 ateliers à destination des commerçants locaux pour tirer profit des outils numériques afin de booster leur activité professionnelle. La participation est gratuite sur inscription.

Exemples d'ateliers organisés :

#### Améliorer sa visibilité en ligne

- Travailler sa e-réputation
- Bien référencer son site

#### Fidéliser sa clientèle avec le numérique

- Gérer un fichier client
- SMS et e-mailing marketing

#### Le numérique sur le point de vente

- Bornes, écrans et tablettes
- Dernières tendances Digital and store



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Un dispositif à développer avec le progiciel AchetezA pour sensibiliser les commerçants aux usages numériques
- Insérer des bornes numériques aux entrées des cœurs de villages (sur le modèle des centres commerciaux) pour favoriser la localisation de ces derniers (notamment dans les villages au cœurs étroits comme Cucuron)

#### Effets attendus :

- Former les commerçants et les sensibiliser aux usages numériques
- Accroître la visibilité et l'offre de biens et services des services de proximité du territoire en ligne et physiquement avec les bornes numériques

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.5 : la signalétique



### Circuit de signalétique commerciale – le cas de Landerneau

La commune de Landerneau a installé 39 totems trilingues :

- 22 totems piétons, avec liste et carte des commerces
- 8 totems parkings (plan et type de stationnement)
- 4 totems zones artisanales, commerciales et industrielles
- 5 totems d'entrée de ville

Coût total de 95 000€ TTC (étude + réalisation), dont 17 000€ de prise en charge FISAC. Prise en charge Ville : 78 000€.

Ces bornes se couplent d'expositions temporaires de plein air (panneaux et vitrophanies sur les vitrines vacantes)



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Un dispositif à développer pour les communes les plus touristiques
- Des initiatives communales à développer avec une charte commune à l'échelle de l'EPCI (Cotelub)
- Des synergies avec les bornes numériques
- Les expositions temporaires peuvent faire connaître les travaux d'artistes locaux

**Effets attendus :**

- Générer du flux dans les centres-bourgs
- Accroître la visibilité des commerces de proximité
- Limiter les effets visuels néfastes des vitrines vacantes

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.6 : la pépinière commerciale



### La location de « corners » commerciaux et les boutiques éphémères

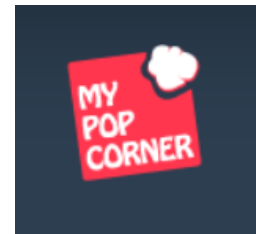
Les espaces commerciaux préemptés ou rachetés par les communes peuvent être divisés en lots loués à loyers modérés aux entrepreneurs.

Ces derniers sont disponibles pendant une durée limitée (10 mois par exemple) avant que les commerçants accompagnés soient à même d'acheter ou louer leur propre local.

Alternativement, les espaces vacants peuvent être des lieux où des boutiques éphémères sont mises en place.

Ces dernières peuvent être ouvertes aux commerçants et artisans mais aussi aux artistes en recherche de locaux.

La programmation changeante peut aussi assurer des flux de visiteurs importants dans les cœurs de village.



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Réaliser un test sur un local vacant d'une commune

**Effets attendus :**

- Favoriser les liens entre commerçants présents au sein du dispositif en même temps
- Agir comme une petite pépinière commerciale
- Offrir une visibilité commerciale et permettre la constitution d'une clientèle locale
- Développer une offre flexible adaptée au contexte de Cotelub

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.7 : la couveuse commerciale



### « Mille et un commerce » de Carvin

Utilisation par la ville du droit de préemption du fonds de commerce (loi Dutreil, 2005) pour racheter des locaux commerciaux vacants avec le soutien de la communauté d'agglomération Hénin-Carvin (50% des financements).

Le local est mis à disposition des commerçants qui sont accompagnés par des experts (marketing et comptabilité).

Le porteur de projet paye une contribution au coût de l'accompagnement (part fixe) + un pourcentage sur le chiffre d'affaire réalisé

Bilan :

- 4 boutiques « couvées » depuis 2012 dont une pérenne et bientôt une autre pour un seul abandon
- 7 emplois créés
- 2 locaux supplémentaires achetés par la Ville en 2017



Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Se concerter avec les organismes d'aides à la création d'entreprises (CBE Sud Luberon et Créo Vaucluse) + la CCI et la CMA
- Des initiatives communales avec une charte commune (Cotelub)

Effets attendus :

- Limiter la déprise commerciale dans les centres bourgs
- Accompagner les porteurs de projets et ainsi assurer la pérennité de leur activité
- Utiliser les locaux commerciaux vacants et limiter les effets visuels néfastes d'espaces vides



# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.8 : l'animation professionnelle (1)



### Le manager de commerce – la cas de la Communauté de communes du Grand Villefranchois

Intercommunalité de 29 communes (27 000 habitants) en Aveyron.

Le manager a pour fonction de développer l'attractivité commerciale d'un territoire en agissant directement sur l'organisation du commerce (encadrement des mutations commerciales, suppression des locaux vacants, politiques collectives d'animation et de promotion, développement d'enseignes...).

Le manager est à la fois :

- Conseiller en stratégie
- Coordinateur
- Promoteur
- Développeur

Communauté de Communes  
du  
**Grand Villefranchois**



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Créer un poste temps-plein à l'échelle de l'EPCI ?
- Travaillant en coordination avec la CCI, la CMA, CBE Sud Luberon et Créo Vaucluse

**Effets attendus :**

- Reterritorialiser l'action de la CCI sur le territoire
- Tenir à jour un fichier des vacances commerciales de Cotelub (à communiquer à Vaucluse Attractivité et aux organismes d'aides à la création/reprise d'entreprises)
- Accompagner les commerçants en installation ou en reprise
- Lutter contre la vacance commerciale

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.9 : l'animation professionnelle (2)



### L'office de commerce (et d'artisanat)

Un organisme de statut associatif dont la mission générale est de promouvoir l'attractivité commerciale du territoire, et la promotion de l'image du commerce. Il regroupe les mairies, CCI et CMA, Office de Tourisme, Union des commerçants...

Ses missions sont d' :

- Augmenter la fréquentation des centres-villes/cœurs de villages,
- Accroître la notoriété du commerce et de l'artisanat,
- Accompagner l'insertion d'enseignes dynamiques

De nombreuses communes et EPCI se sont engagés dans la création d'offices de commerce et d'artisanat :

- Bayonne
- Montfort Communauté
- Dole
- Mende (Cœur de Lozère)
- Bourges
- Alençon ...



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Créer une office de commerce et un manager chargé de la politique intercommunale de la proximité
- Développer une charte et un logo de proximité garant de qualité, en adéquation avec l'image du territoire // Charte de Connexion en Luberon

**Effets attendus :**

- Favoriser la concertation entre organisations consulaires, représentants professionnels du territoire et les autorités administratives
- Accompagner les commerçants en installation ou en reprise

# Annexe #8 : Benchmark commerces

## 8.10 : l'exemple local



### Développer une marque/charte locale

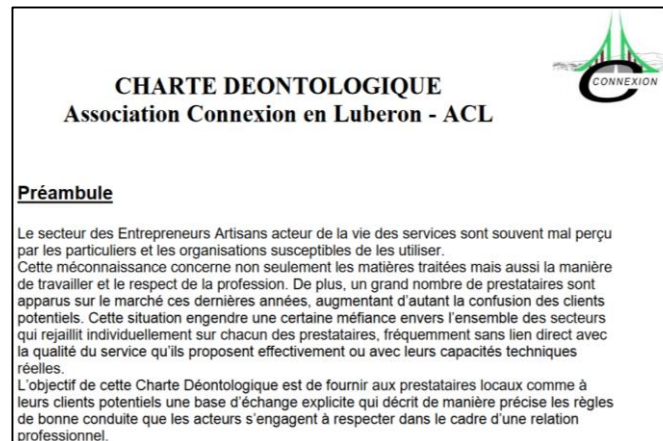
Sur le modèle de Connexion en Luberon, les commerces de proximité du territoire pourraient se rassembler autour d'une charte d'éthique et de qualité :

- Accueil de qualité assuré
- Valorisation des produits locaux
- Promotion de filières courtes si applicable

Les nouveaux commerces souhaitant intégrer le dispositif seraient sélectionner en assemblée générale par cooptation des autres membres.

Plusieurs structures peuvent déjà être sollicités :

- Le groupement des commerçants et artisans de Cadenet
- L'association des commerçants et artisans de Cucuron
- Le groupement des commerçants et artisans de Villelaure
- L'union des artisans et commerçants de Vaucluse



Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Fédérer les groupements déjà existants à une échelle intercommunale

Effets attendus :

- Favoriser les liens entre commerçants présents au sein du dispositif
- Lutter contre l'offre des supermarchés en promouvant la qualité, les filières courtes et la proximité
- Consolider une clientèle locale
- Développer une offre flexible adaptée au contexte de Cotelub

# Annexe #9 : Benchmark équipements lacustres

## 9.1 : La base de loisirs



### Le Lac de Peyrolles

85 hectares au total gérés par la Métropole.

#### L'offre d'équipements :

- Terrains de sport : football, pétanque, volley
- Parcours d'éléments gonflables (1<sup>e</sup> juillet au 3 septembre)
- Une pataugeoire pour les enfants
- Un sentier de 4 km autour du lac
- Stationnements (3 euros/jour) de 500 places

#### Services :

- Baignades surveillées
- Club nautique
- Télési nautique

#### Fréquentation :

- Entre 1 500 et 4 000 visiteurs / jour en période estivale



### Le Lac de Romagnieu (Isère)

15 hectares et positionnement sur trois thématiques :

- Loisirs
- Sport
- Promenades

#### L'offre d'équipements et de services :

- Nombreux jeux aquatiques
- Jeux terrestres
- Baignade surveillée

#### Tarifs :

- Entrée individuelle : 2,50 euros
- Enfant – 4 ans : gratuit
- Possibilité d'acheter une carte avec 10 entrées : 20 euros



#### Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Envisager la mise en place d'équipements de loisir sur l'étang de la Bonde notamment à destination des plus jeunes
- Envisager la création d'un parcours sportif/parcours de santé autour du lac + courses d'orientation pour les enfants par exemple

#### Effets attendus :

- Développer un équipement estival créateur d'emplois
- Renforcer la visibilité de l'étang pour les visiteurs



# Annexe #9 : Benchmark équipements lacustres

## 9.2 : L'événement culturel / éphémère



### Le lac d'Iseo

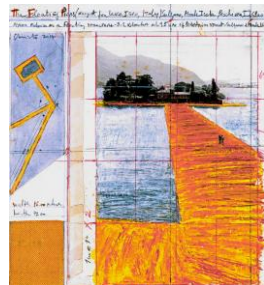
En 2016, l'artiste Christo a installé des parcelles sur le lac italien d'Iseo pour faire marcher les visiteurs

#### L'offre d'équipements:

- Des passerelles temporaires permettant de marcher sur l'eau

#### Fréquentation :

- Plusieurs milliers de visiteurs se sont déplacés pour l'occasion



### Le lac du Drenec

Lac du Drenec (1 500 habitants) dans le Finistère.

#### L'offre de services :

- 3 jours de concerts thématiques autour de la rêverie, de la promenade...
- Programmation éclectique (musiques locales et internationales)



### Le lac du Bourget

Festival les nuits romantiques à Aix-les-Bains : musique classique.



Quelle applicabilité au cadre de Cotelub ?

- Inviter un artiste à exposer ou installer un équipement temporaire sur ou à proximité de l'étang de la Bonde
- Créer un événement annuel autour de l'étang de la Bonde: concert, exposition ... de préférence en basse saison pour garantir du flux toute l'année

#### Effets attendus :

- Accroître la visibilité de l'étang de la Bonde tout en préservant le cadre
- Générer du flux pendant les périodes creuses

# Annexe #9 : Benchmark équipements lacustres

## 9.3 : L'équipement santé / bien-être



### L'hôtel résidence la Villa du Lac

Situé dans le Pays de Gex à Divonne aux portes de la Suisse

#### Services proposés:

- Gommage, soins de visage
- Spa
- Fitness
- Aquasport
- Hébergements
- Restauration/bar
- Séminaires et événements, location de salles de réunion



### Cristal Spa

Situé à Annecy aux abords du lac associé à une offre hôtelière (l'Imperial)

#### Services proposés:

- Massages
- Soins visages, corps, cheveux



**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Capitaliser sur le phénomène de vieillissement de la population
- Exploiter le cadre exceptionnel de l'étang de la Bonde développer une offre sante
- Développer une offre d'intérieur pour l'hiver

**Effets attendus :**

- Attirer une clientèle en recherche de soins et services bien-être de qualité
- Générer du flux même en période creuse avec les soins
- Créer des emplois de service

# Annexe #9 : Benchmark équipements lacustres

## 9.4 : L'offre nature



### Le parcours nature

Exemple de la valorisation de l'étang Sainte-Ladres à côté d'Amiens

#### Services proposés:

- Parcours nature
- Panneaux d'information sur l'histoire du point d'eau et de la commune



Panneau d'information



Passerelle d'observation

### L'hébergement insolite

Exemple des Cabanes des Grands Reflets au bord de l'étang du Verchat (territoire de Belfort).

#### Services proposés:

- Hébergement atypique
- Soins : spa
- De 160 à 240 euros la nuit



Cabane flottante



Cabane perchée

**Quelle applicabilité** au cadre de Cotelub ?

- Développer un parcours nature autour de l'étang de la Bonde
- Proposer une offre d'hébergement insolite tout en respectant le cadre de l'étang

**Effets attendus :**

- Gagner en visibilité avec le développement d'une offre insolite
- Produire une offre créatrice de sa propre clientèle : se déplacer pour les cabanes perchées/flottantes et non plus seulement pour l'étang
- Créer des emplois de service

**HANK**

**200 avenue Jean Jaurès  
69007 Lyon**

**Tel : 04.78.92.81.87  
Fax : 04.72.61.16.60  
info@thinkhank.fr**

**Loic POURCHAIRE  
+33 (0)6 50 84 02 77**

**Clément BAILLET  
+33 (0)7 81 05 77 10**

**Contacts**

