



TABLES-RONDES

11, 13 et 14 avril 2011

Cœur du Var



Table-ronde
« **Les dynamiques
économiques** »

Phase 1
Diagnostic & Etat initial de
l'environnement

INTRODUCTION ET DEROULEMENT

Dans le cadre de l'élaboration du Schéma de Cohérence Territoriale de la Communauté de Communes Cœur du Var, trois tables-rondes ont été organisées au mois d'avril 2011 sur les thèmes suivants :

- Les dynamiques économiques, table-ronde du lundi 11 avril 2011 ;
- Les grands défis environnementaux, table-ronde du mercredi 13 avril 2011 ;
- La vie sociale, table-ronde du jeudi 14 avril 2011.



Ces rencontres publiques ont eu pour but d'associer les habitants, les acteurs économiques et les institutionnels à la première phase du projet : le diagnostic territorial et l'état initial de l'environnement, en apportant leur connaissances et leur vécu du territoire (expertise d'usage).

La mobilisation du grand public s'est faite par le biais d'un article dans le journal intercommunal, de la lettre Infos SCoT n°1 et du site internet de la Communauté de Communes sur inscription. Parallèlement, les acteurs et partenaires institutionnels ont été invités à participer. En tout, 24 personnes se sont inscrites et 84 personnes ont été invitées.

Près d'une **vingtaine de participants** étaient présents lors de la table-ronde consacrée aux dynamiques économiques.

La rencontre s'est articulée en trois temps :

- Présentation synthétique par l'équipe d'Aire Publique de **la démarche d'élaboration du SCoT, des moyens mis en œuvre et des règles de courtoisie encadrant le débat** ;
- **Présentation succincte des premiers constats tirés du diagnostic** donnant ainsi des échelles de valeur aux participants quant à l'état général du territoire en matière de développement économique, et un regard croisé avec les thématiques de l'énergie et des déplacements/transports lié à la mise en œuvre d'une approche environnementale de l'urbanisme dans le cadre de l'élaboration du SCOT ;
- **Débat avec les participants pendant une heure et demie** avant qu'une synthèse des discussions soit partagée avec l'ensemble des participants.

Les thèmes abordés ont été les suivants :

- L'activité économique et l'emploi
- La population active et la formation
- Le commerce
- Le tourisme
- L'agriculture

L'IMPLANTATION DE NOUVELLES ENTREPRISES

Certains participants évoquent plusieurs freins à l'installation de nouvelles entreprises sur le territoire et notamment le manque de logements adaptés pour leurs salariés, le manque de transport.

Il est évoqué aussi la possibilité de développer le télétravail ou les liens avec l'extérieur non plus grâce aux transports mais grâce aux réseaux numériques.

L'EMPLOI

Le groupe a débattu de l'importance du positionnement économique dans la stratégie d'aménagement du territoire.

Parmi les nouveaux résidents de Cœur du Var, il est souligné que **de nombreux actifs conservent leur emploi en dehors du territoire**. Les participants font alors part de leur inquiétude de voir les communes du territoire devenir des «villes dortoirs». Par ailleurs, il existe aussi une part d'installations subies et non choisies faute de moyens suffisants, une population précaire souvent sans emploi à laquelle le territoire n'offre pas de solution pour s'en sortir (pas de transport, pas d'emploi).

Afin d'éviter cette situation et de dynamiser le territoire, des activités doivent être développées pour permettre à Cœur du Var de **créer et de capter des richesses**. Les participants insistent sur la nécessité pour la communauté de communes **d'augmenter son taux d'actifs**.

LA FORMATION

Le groupe souligne que **la formation est quasiment inexistante sur le territoire** alors même qu'il est indispensable d'**attirer des structures** d'enseignement pour former les plus jeunes et éviter ainsi leur départ du territoire (pas de lycée, pas de centre d'études supérieures). Certains mettent en avant que les **formations pour adultes** sont également nécessaires face au chômage élevé des actifs. L'implantation d'un **centre d'apprentissage des métiers de l'artisanat local** (ébéniste, sellier, viticulteur,...) ou la création de villages d'artisans sont cités comme des projets à promouvoir.

LA FILIERE BOIS

Aujourd'hui, la filière bois rencontre des difficultés : un coût important d'exploitation et une main d'œuvre trop chère, de moins en moins de scieries, seul 17% de la production varoise est utilisée dans le Var, concurrence forte du Portugal (forte activité liée au chêne liège).

L'un des participants, propriétaire forestier sur le territoire, rappelle la richesse économique que constitue, pour Cœur du Var, l'exploitation de la forêt. En effet, la **filière bois** permet un large éventail d'utilisations et constitue un secteur économique **d'avenir à développer**. Notamment le **bois énergie** qui pourrait « chauffer les nouvelles constructions HQE¹ ».

LES DEPLACEMENTS

Le groupe relève l'inadaptation de **l'offre en transport en commun** (réseau de bus, réseau ferroviaire) notamment **aux besoins** des actifs tant en termes de fréquences que de trajets (les

¹ Haute Qualité Environnementale

horaires pour se rendre à Toulon par exemple correspondent aux horaires des travailleurs de l'Arsenal).

Pour beaucoup de participants, le **projet LGV PACA** n'est pas la priorité : le représentant de RFF précise que le projet doit permettre de libérer des voies pour les déplacements locaux (TER) permettant une amélioration des fréquences, des cadencements et de la régularité.

DEBAT >> COMMERCE

D'une manière générale, le développement de l'offre en grands équipements commerciaux de type surfaces commerciales n'est pas jugé cohérent avec l'image rurale du territoire à l'inverse de l'offre commerciale de proximité qui doit être renforcée, sur le plan quantitatif comme qualitatif (locaux actuels inadaptés). Cette dernière est en effet perçue comme un levier favorable au dynamisme économique local mais aussi à la qualité de vie des habitants par le développement de l'activité et du rayonnement des centres de villages.

A ce sujet, certains relèvent que la **fragilité de l'activité** des centres de villages n'est pas liée à l'offre mais aux **pratiques de consommation** (achats en dehors du territoire à proximité des lieux de travail des actifs). Le concept d'un village de marques dans les locaux commerciaux des centres villes, avec des marques locomotives, pourrait faire revenir certaines habitudes de consommation dans ces centres.

Les participants insistent cependant unanimement sur la nécessité de **trouver un meilleur équilibre** entre grandes surfaces et pôles commerciaux de proximité. Il faudra réfléchir à une offre commerciale globale : commerces de proximité et surfaces commerciales.

DEBAT >> TOURISME

L'ACTIVITE TOURISTIQUE

Le constat est fait que la dimension économique du développement touristique du territoire est insuffisamment prise en compte aujourd'hui. Pourtant, il s'agit d'un levier économique stratégique, qui pourrait permettre un rééquilibrage des activités entre pôles urbains et sites ruraux.

Le groupe s'accorde à dire que **le tourisme doit constituer une clé de développement mais c'est un tourisme qui doit être axé sur** les composantes naturelles, patrimoniales et culturelles du territoire (le terme de tourisme vert est employé). En effet, Cœur du Var possède de nombreux atouts pour le développement touristique : beauté et originalité des paysages et des espèces (Village des Tortues), patrimoine bâti (l'Abbaye du Thoronet...), activité viticole.

Pour renforcer cette activité, il faudrait favoriser la diversification des activités des agriculteurs en leur permettant de développer une offre touristique de qualité liée à leur exploitation. L'**agro-tourisme** est un secteur qui pourrait être porteur compte-tenu de la ruralité et de la qualité du cadre de vie et des paysages du territoire.

> A noter que le représentant de la Société du Canal de Provence présent à l'atelier précise que le projet en cours sur le territoire de raccordement au réseau permettrait de soutenir une éventuelle diversification de l'agriculture en agriculture maraîchère.

L'OFFRE EN HEBERGEMENT

Aujourd'hui, l'**offre en hébergement touristique sur le territoire de Cœur du Var paraît nettement insuffisante**. Cette faiblesse constitue un facteur de blocage de la croissance du tourisme. **En effet,**

en l'état actuel des choses, un accroissement significatif du tourisme buterait rapidement sur un déficit d'offre en hébergement.

Le groupe insiste sur la nécessité de **développer la capacité hôtelière et d'accroître l'offre en hébergement de qualité**, notamment en gîtes ruraux et chambres d'hôtes.

LA COMMUNICATION

Les discussions sur le tourisme font apparaître le déficit identitaire dont souffre le territoire. Il n'existe aucun plan de communication global et structuré sur les différentes activités que propose Cœur du Var ni sur ses atouts naturels. Il s'agirait de mener une **démarche de marketing territorial, à travers la création d'une « marque »**, pour relancer l'attractivité de Cœur du Var, et d'en accompagner l'application chez les professionnels du tourisme : faire évoluer leur communication et créer un ensemble de valeurs partagées.

L'une des participantes rappelle que la communication développée autour de la Provence Verte a permis une meilleure identification de leur offre touristique et a de fait contribué au développement de ce secteur économique sur ce territoire aujourd'hui mieux placé sur l'agro-tourisme et le tourisme vert que Cœur du Var.

>> EN BREF...

ACTIVITE ECONOMIQUE ET EMPLOI

- ▶ Dynamiser le territoire par une politique d'aménagement intégrant une stratégie économique forte (emplois, formation, activités...)
- ▶ Développer l'offre en transport en commun en cohérence avec les besoins des actifs (horaires, migrations pendulaires...)

COMMERCE

- ▶ Favoriser l'offre commerciale de qualité
- ▶ Equilibrer l'offre commerciale sur le territoire entre grandes surfaces intercommunales, commerces et artisanats de proximité

TOURISME

- ▶ Assurer les conditions d'un développement qualitatif de l'appareil "hébergement touristique"
- ▶ Conforter l'articulation stratégique Viticulture / Tourisme
- ▶ Créer une « marque » Cœur du Var afin de moderniser et valoriser l'image du territoire