

**EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DE L'ASSEMBLEE**

3^{ème} RÉUNION DE 2011

Séance du 22 avril 2011

CG 11/3^{ème}/BP-VI-04

**POLITIQUE DEPARTEMENTALE
EN FAVEUR DES ZONES D'ACTIVITES**

Adoptée en juin 2005 par le Conseil Général, mise à jour lors de la DM2 de 2007, notre politique départementale en faveur de la création et de l'aménagement des zones d'activités économiques est aujourd'hui un franc succès.

Elle a permis, en cohérence avec la politique régionale, de mettre en place des infrastructures d'accueil adaptées et conformes aux besoins des entreprises. Lors de la DM2 de 2009, nous avons fait un point d'étape sur cette politique, conduite en partenariat avec la Région. Je vous propose, dans ce rapport, de faire un point sur les projets **réalisés et en cours de réalisation** financés par le Conseil Général et sur **les actions réalisées en matière de promotion de ces zones**.

Je vous rappelle que cette politique départementale consiste à financer, dans le cadre du **schéma territorial des infrastructures économiques**, la création de zones d'activités en fonction de leur classification :

- **Les zones dites de niveau II ou de niveau régional** : dans notre Département sont concernées les zones d'Albasud et d'Albanord à Montauban et la Zone Fleury-Barrés de Castelsarrasin et Moissac. Pour ces zones, l'intervention ne peut se faire que sur le déficit prévisionnel que la Région subventionne à hauteur de 60 % ; le Conseil Général venant abonder cette subvention en accordant 20 % supplémentaires.

- **Les zones dites de niveau I ou de niveau « intercommunal »** qui sont inscrites au titre du schéma territorial des infrastructures économiques. Dans ce cas, l'intervention de la Région se monte à 30 % du déficit prévisionnel de l'opération, le Conseil Général venant compléter la subvention pour 10 % supplémentaires.

- **Les autres zones non répertoriées niveau I ou II** qui sont de taille beaucoup plus modeste et pour lesquelles le Département a souhaité instaurer une politique d'aides spécifiques. Dans ce cas, le Conseil Général intervient seul (sans la Région) et finance des investissements et non du déficit.

I : ETAT DES LIEUX DES ZONES D'ACTIVITÉS SOUTENUES DEPUIS 2006 ET EN PROJET.

A ce jour, le dispositif propre au Conseil Général a permis d'aménager **163 hectares** de terrains dans **14 communes** différentes. Ces projets représentent plus de 12 millions d'euros d'investissements, financés par le Conseil Général à hauteur de 2,135 millions d'euros et par la Région et l'Europe (FEDER) à hauteur de 1,5 million d'euros (voir détail en annexe 1).

Au-delà de ces zones d'activités aménagées ou en cours d'aménagement, l'A.D.E. 82 accompagne un certain nombre de communes, ou d'intercommunalités, afin qu'elles puissent, elles aussi, réaménager, moderniser, étendre ou encore créer leurs zones d'activités.

Notre Agence fournit, en effet, une aide pour permettre aux communes de mieux élaborer leur projet, de « cibler » une clientèle d'entreprises (artisanales, industrielles, commerciales) et, ainsi, d'optimiser au maximum leurs investissements.

A ce jour, nous avons pu recenser **7 projets de zones d'activités** à des stades plus ou moins avancés :

- Zone d'activités de la Mouscane - 4ème Tranche -2ème phase (Montech),
- Zone d'activités de Goudourville-Pommevic (Communauté de Communes des Deux Rives),
- Zone d'activités de Terre Blanche (Castelsarrasin),
- Zone d'activités du Luc (Moissac),
- Zone d'activités de Saint- Pierre (Verdun-sur-Garonne),
- Zones d'activités du Quercy-Vert (Communauté de Communes du Quercy-Vert),
- Zones d'activités d'Albanord (Montauban).

Il faut noter que, dans le cadre du SRDE (Schéma Régional de Développement Économique), la Région Midi-Pyrénées envisage de recentrer ses aides aux zones d'activités vers la promotion des zones existantes et donc de limiter ses aides pour les nouvelles zones d'activités.

L'année 2011 sera donc orientée vers la commercialisation des zones existantes avec des actions de promotion plus importantes. Vous trouverez, ci-dessous, les détails de ce que prévoit l'ADE82 en matière de **valorisation des zones d'activités**.

II . PROGRAMME DE PROMOTION ET DE VALORISATION DES ZONES D'ACTIVITÉS

Au-delà du soutien financier que le Conseil Général peut apporter aux communes désireuses d'investir dans l'aménagement de zones d'activités, nous avons décidé, lors de la DM2 de 2009, de renforcer nos actions dans le domaine **de la commercialisation** de ces zones.

Pour ce faire, l'ADE82 a mis en place un programme organisé autour de trois axes dédiés aux zones d'activités et d'une action spécifique pour la plate-forme **Grand Sud Logistique**.

A - Faire connaître les zones d'activités à l'extérieur du département

Il s'agit ici de mettre à jour le système cartographique mis en place par l'ADE82 en 2003. Pour ce faire, l'ADE82 va transférer sa base de données des zones d'activités dans notre SIGD (Système d'Information Géographique Départemental).

Ce dernier est, en effet, en mesure de fournir des informations cartographiques accessibles sur internet grâce à l'outil « Web Ville Serveur » que nous avons acquis en 2009 et déployé courant 2010.

Lors de son lancement, prévu en avril 2011, ce nouvel outil proposera une vision exhaustive des 90 zones d'activités du Département. Il sera accessible sur le site : www.investir-tarn-garonne.com

B - Faciliter l'accès aux zones d'activités :

Au-delà de leur visibilité sur Internet, il convient de donner à nos zones d'activités une meilleure visibilité locale. Il s'agit ici d'améliorer les dispositifs signalétiques afin de rendre ces zones plus facilement accessibles.

L'ADE82 travaillera ici en collaboration étroite avec les collectivités locales, maîtres d'ouvrage, afin que la signalétique indiquant les zones d'activités et les entreprises soit plus explicite.

La mise en place de totems à l'entrée des zones est aussi envisagée. Une étude de coût et d'opportunité est en cours de réalisation par l'ADE82. Elle nous sera proposée lors d'une prochaine réunion de l'Assemblée Départementale.

C – Travailler le positionnement de chaque zone et mettre en place du marketing territorial :

Il s'agit ici d'accompagner les collectivités locales, propriétaires de zones d'activités, dans leur valorisation. Pour ce faire, l'ADE82 va mettre à leur disposition ses compétences en terme de marketing territorial.

On peut définir le marketing territorial comme une démarche visant à mettre en valeur les atouts de nos territoires afin de les différencier des autres zones extérieures au Tarn-et-Garonne. L'objectif est, bien entendu, d'attirer encore de nouveaux projets.

Cette démarche va conduire l'ADE82 à éditer des plaquettes de présentation des zones d'activités reprenant un argumentaire spécifique et illustré graphiquement.

Ces plaquettes seront à la disposition des différents partenaires et des collectivités territoriales pour leur permettre de présenter aux investisseurs les potentialités de leur territoire. L'ADE82 les utilisera dans les salons et pour l'ensemble de ses communications.

D – Action de promotion spécifique pour le centre logistique du Tarn et Garonne :

Compte tenu de l'importance de ce programme et de son caractère structurant pour le Tarn-et-Garonne, le Syndicat Mixte d'Aménagement et l'ADE 82 ont signé une convention spécifique pour assurer sa promotion.

La première action a consisté à trouver un nom pour la zone logistique. Après plusieurs propositions de la part d'un cabinet spécialisé en communication, le Syndicat Mixte a opté pour le nom « **Grand Sud Logistique** » qui évoque à la fois la grandeur de la zone (450 hectares), son positionnement au Sud, à la croisée des autoroutes A20 et A62, ainsi que sa spécificité logistique.

Suite au choix de ce nom, le Syndicat Mixte s'est doté d'un logo spécifique (voir en annexe 2).

En parallèle, afin de conserver des images de ce grand projet, des reportages photos avec notamment des photos aériennes ont été réalisées. Un film promotionnel, avec pour fil conducteur la réalisation de la base d'Intermarché, a également été engagé. Il permettra de promouvoir les atouts spécifiques de cette zone à savoir : la multi-modalité, le positionnement stratégique, le respect de l'environnement, etc... Ce film et ces photos seront utilisés lors des différents salons et sur les supports de communication habituels (site internet, plaquettes...)

Un partenariat a également été conclu entre l'Agence de Développement et l'IUP « Arts appliqués » de Montauban pour créer une maquette 3D de la zone. Cette maquette permettra des visites virtuelles personnalisées de la zone. Elle a été présentée lors de la dernière participation du Tarn-et-Garonne au Salon international du Transport et de la Logistique à Paris (SITL) en mars 2011.

Des documents de promotion seront créés et une communication régulière sur la vie de ce centre d'activités sera mise en place, que ce soit sous forme papier (plaquettes, communiqués de presses, mailing, ...) ou internet avec la création d'un site dédié.

Enfin, l'Agence s'appuiera sur son réseau et notamment Midi-Pyrénées Expansion pour mettre en place, chaque fois qu'une opportunité se présentera, des actions de prospection de cette zone (participation à des salons professionnels, proposition du site dans la cadre de la charte « Investir en Midi-Pyrénées »...).

L'objectif de ces actions de communications est bien entendu de faire connaître la zone et d'y attirer de nouveaux projets créateurs d'emplois.

Compte-tenu de ce qui précède, je vous demanderais de bien vouloir délibérer.



Vu le rapport de Monsieur le Président,

Vu l'avis de la commission économie, emploi, promotion et vœux,

Vu l'avis de la commission des finances,

Après en avoir délibéré,

LE CONSEIL GENERAL

- Prend acte du rapport susvisé concernant la politique départemental en faveur des zones d'activités ;
- Approuve les principes fondateurs du plan de promotion des zones d'activités proposé par l'ADE82 caractérisé d'une part par un programme organisé autour des trois axes suivants dédiés aux zones d'activités :
 - faire connaître les zones d'activités à l'extérieur du départemental
 - faciliter l'accès aux zones d'activités
 - travailler le positionnement de chaque zone et mettre en place du marketing territorial

et d'autre part d'une action spécifique pour la plate forme logistique départementale :

- choix du nom « Grand Sud Logistique » et d'un logo spécifique tel qu'annexé,
- reportage photos, film promotionnel,
- création d'une maquette 3D de la zone en partenariat entre l'ADE et l'IUP « Arts Appliqués de Montauban,
- mise en place d'une communication régulière sur la vie du centre d'activités et création de documents de promotion,
- mise en place d'actions de prospection de la zone par l'ADE avec l'appui notamment de Midi-Pyrénées Expansion.

Adopté à l'unanimité.

Le Président,