



laineyves@gmail.com

Contribution d'Yves LAINE

La chasse à l'attractivité - Et si Nantes se comparait pour s'améliorer ?

Comment situer les grandes villes en termes comparatifs significatifs ?

Pourquoi l'information en continu doit être au centre de la démarche ?

Dans ce genre d'opération, l'outil internet devrait se révéler idéal. A priori, ce qui intéresse, c'est la comparaison fine d'un nombre limité de villes de la taille de Nantes, soit entre 500 000 et 1 million d'habitants pour l'agglomération sur des critères jugés utiles.

D'abord voir si cela a été déjà fait et tenter d'établir la liste des critères contribuant à l'attractivité.

Cela ne devrait pas être difficile puisque la presse nous offre régulièrement, pour la France au moins, un tel *benchmarking* sur des critères variés. Mais on s'aperçoit vite qu'il manque toujours un sou pour faire un franc...

- soit que la liste est incomplète car telle ville a oublié d'envoyer le questionnaire rempli
- soit que les critères n'utilisent pas les mêmes sources
- soit que le sérieux de l'étude n'est pas avéré.

1. Le matériel existant : un site mondial Numbeo

En premier lieu, au niveau mondial se présente Numbeo, lancée en 2009 en Serbie, se prétend "la plus grande base de données sur les villes et pays en ce qui concerne les indicateurs de vie, santé, trafic, crime et pollution". C'est, a priori, exactement ce qu'on cherche.



On y recense 5 266 villes. Malheureusement, Nantes n'y figure pas. Pour la France, seulement huit sont inscrites, soit Paris, Lille, Lyon, Nice, Marseille, Montpellier, Toulouse, Bordeaux... aucune dans tout l'Ouest ou le Centre.

Cependant, on trouve dans cette base un nombre intéressant de villes de la taille souhaitée et les critères sont intéressants. Les variables étudiées sont :

- le coût de la vie (18 critères)
- le niveau de l'immobilier (5)
- l'insécurité, le crime (5)
- la santé (5)
- la pollution (5)
- les déplacements, le trafic (5)
- la qualité de vie (5)
- les voyages/hôtellerie (3).

Mais la base n'est pas complète. Il y manque notamment des indications sur la recherche, l'économie, l'enseignement, le tourisme.

Les agglomérations recensées par Numbeo en Europe sont au nombre de 104 (sur 12 états) dont il convient de retrancher celles de plus de 1M habitants et plus et celles de moins de 250 000 habitants. La liste se rétrécit alors jusqu'à 25 villes.

Pour la France, Nice, Bordeaux, Lille, Montpellier, Toulouse, Marseille sont seules comptées, et à l'intérieur du critère de taille seulement Bordeaux, Lille et Montpellier émergent.

Villes qui pourraient se comparer à Nantes (évolution 2004/2012)

Nantes	600 000 (2014 U)	+ 16.2		
Bordeaux	851 000 (2011 U)	+ 2.0	Göteborg	549 000 (2010 V) + 9.8
Lille	1 015 000 (2009 U)	+ 6.4	Malmö	280 000 (2012 U) + 14.6
Montpellier	264 500 (2011 V)	+ 7.3		
Mannheim	295 000 (2011 V)	+ 2.1	Aberdeen	228 000 (2014 V) + 8.8
Bonn	311 000 (2013 V)	+ 5.4	Reading	318 000 (2011 U) + 8.5
Leipzig	531 000 (2013 V)	+ 6.9	Oxford	244 000 (2011 U) + 4.3
Aachen	242 000 (2013 V)	+ 1.4	Bournemouth	416 000 (2011 U) + 13.2
Karlsruhe	296 000 (2012 V)	+ 5.3	Coventry	329 000 (2013 V) + 6.0
Utrecht	489 000 (2014 U)	+ 19.1	Edimbourg	880 000 (2011 U) + 5.9
Gènes	595 000 (2014 V)	- 3.2	Newcastle/Tyne	879 000 (2011 U) + 4.3
			Belfast	579 000 (2012 U) + 4.3
Florence	379 000 (2014 V)	- 0.3		
Vérone	264 000 (2010 V)	- 1.8	Graz	270 000 (2014 V) + 11.9
Zaragosse	702 000 (2010 V)	+ 6.4		
Alicante	334 000 (2011 V)	+ 7.9		
Bilbao	950 000 (2014 U)	- 1.9	Ville moyenne :	450 000 hab. moy cr 10 %

U = agglomération V = ville

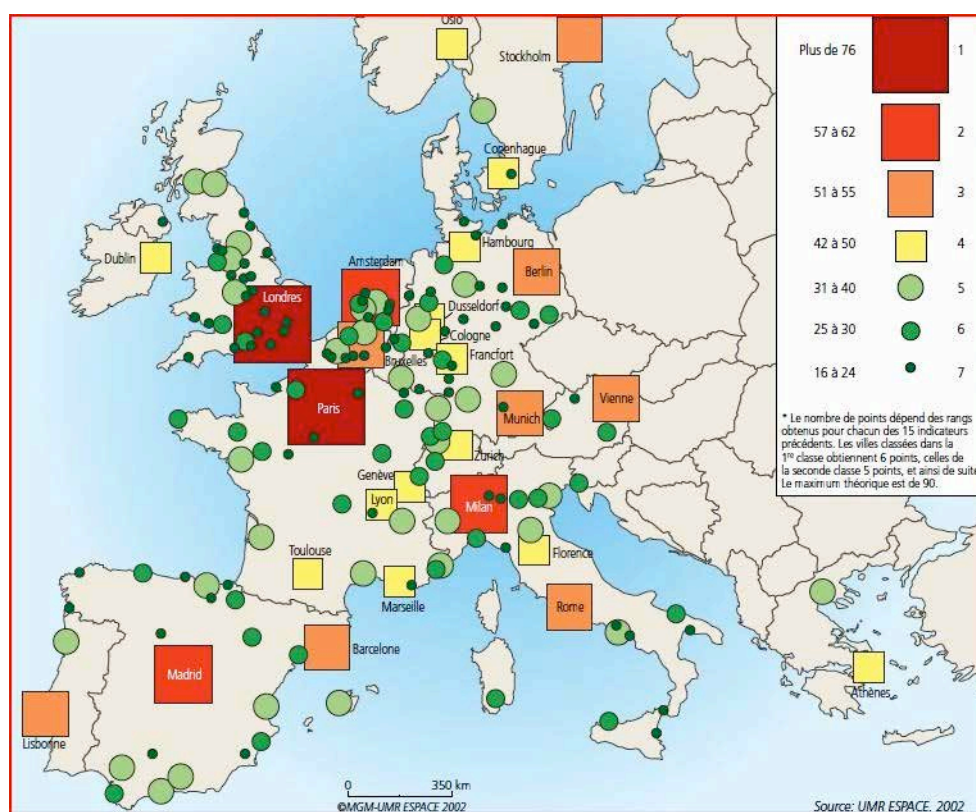
Mais toutes ces villes ne sauraient ni se comparer ni représenter un exemple pour Nantes. Il serait plus intéressant de procéder à un deuxième tri sur la variable de croissance démographique urbaine. C'est ce que j'ai fait sur la base de 2004/2012. Ceci m'a permis de retenir une douzaine qui sont réputées "dynamiques" (en gras).

Ces 12 villes d'une importance moyenne, de l'ordre de Nantes, pourraient constituer un panel de comparaisons ; elles appartiennent à 8 États différents et leur croissance moyenne, sur 8 ans, est de 10 %. Un tel panel devrait nous apprendre des choses... sauf que Nantes n'est pas membre de Numbeo. D'où la question : Existe-t-il un autre "benchmark" européen où Nantes figurerait et qui donnerait autant d'éléments de comparaison ? J'ai bien peur que non. Sinon pourrait-on intégrer ce panel... ? Ce ne devrait pas être difficile.

2. D'autres "benchmarks"

Les "Villes européennes" (2005) a été présenté par l'Université de Montpellier III (Élysée Reclus) ; l'ouvrage situe la barre démographique à 200 000 habitants (1990) et analyse 180 villes en Europe (dont 30 en France) avec évidemment, dans l'Ouest, Nantes, Rennes, Brest, Angers, Le Mans et Tours. La base comporte 15 indicateurs : évolution de la population, trafic des ports, aéroports, accessibilité, sièges sociaux, places financières, foires internationales, musées, touristes, sites culturels, étudiants, édition et réseaux de recherche.

Travail hautement intéressant, mais statique et qui date tout de même, selon les thèmes, de 13 à 18 ans !

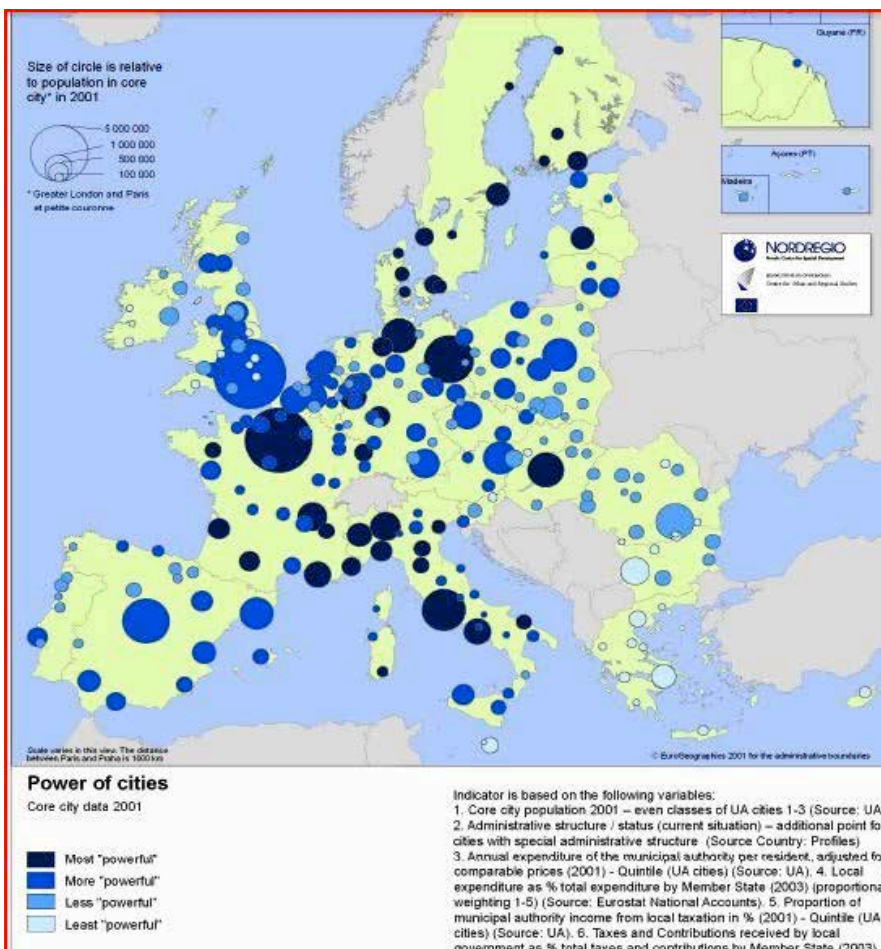


La DATAR a publié (2012) un document sur les "métropoles européennes" qui ne recense que 25 villes, les capitales, plutôt des villes très importantes et certaines non capitales (Barcelone, Milan, Anvers, Düsseldorf), mais en France seule Paris est citée...

La Commission Européenne (2007) dans le rapport de synthèse : "L'état des villes européennes". Pour la première fois, 258 villes sont soumises à un "benchmark", et même un index "puissance" est fourni. Mais les critères de qualité de vie qui nous intéressent ne sont pas nombreux. L'étude se consacre essentiellement à la croissance et à l'emploi, au kaléidoscope qui permet de définir des typologies.

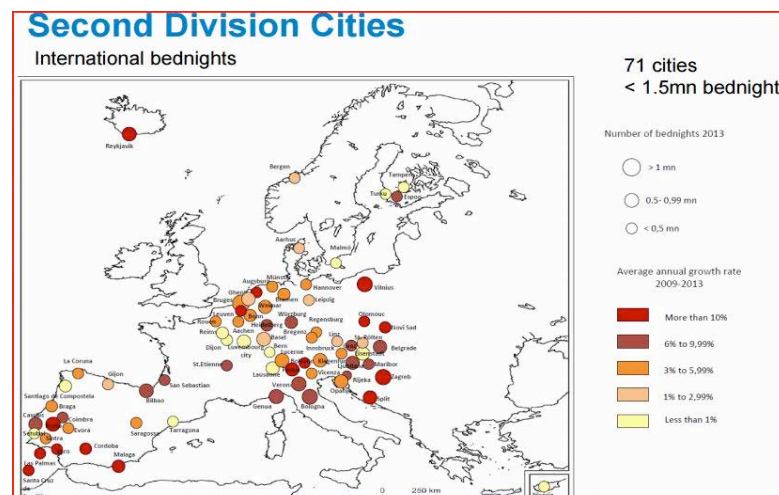
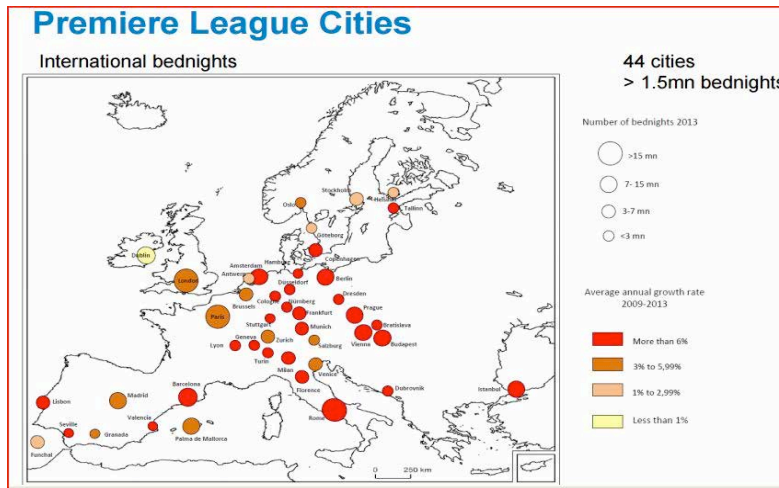
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/urban/state_exec_fr.pdf

Là aussi il ne s'agit pas d'un panel suivi.



ECM (European Cities Marketing), dont le siège est à Dijon, est un réseau européen d'offices de tourisme et de congrès ; il publie régulièrement "European cities benchmarking report" pour une série d'états et 115 villes (le dernier en 2012). Mais ces publications sont payantes ou réservées aux membres : une dizaine en France dont Aix en Provence, Biarritz, Bordeaux, Dijon, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Paris et Rouen, ainsi que France Congrès. On devrait pouvoir se procurer ces rapports.

Cette organisation utilise les travaux statistiques de ses membres ; ainsi "l'Université" de Vienne a établi pour ECM des cartes de 1ère et de 2e division où Nantes, malheureusement, ne figure pas au palmarès du tourisme urbain.



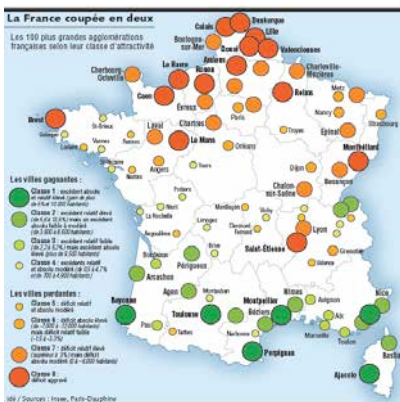
Smart Cities www.smart-cities.eu/benchmarking.html qui s'appuie sur les universités de Vienne, Delft et Ljubliana, a 70 abonnés européens (villes moyennes 100 000 à 500 000), dont, en France, Montpellier, Dijon, Poitiers, Clermont-Ferrand, Nancy. Elle s'appuie sur la banque de données de Urban Audit (Eurostat). Les critères sont l'économie, la mobilité, la gouvernance, l'environnement, la qualité de vie et le profil de la population. Elle a publié un rapport intéressant en 2007, mais ne semble pas avoir poursuivi sa démarche et le panel est plutôt au dessous de la taille de Nantes.

Le baromètre 2013 de l'attractivité des villes d'Ernst & Young (implantations internationales), ceux de Urban Land et Pricewaterhouse Coopers (immobilier), Cushman et Wakefield (immobilier), FDI Intelligence (investissements) Ecosocio Conso (étudiants) ne s'intéressent guère qu'aux villes millionnaires...

Des associations, comme l'APEC, procèdent à des recherches sur l'attractivité des villes en s'appuyant sur des sondages à l'intention des déplacements des cadres. C'est ainsi que, à l'intention, Bordeaux, Montpellier, Nantes et Toulouse ont été plébiscitées. Mais la démarche reste franco-française et n'est ni globale ni scientifique.

L'Association de villes moyennes a réalisé en 2013 —en partenariat avec EDF— une étude assez complète sur le thème de l'énergie et de l'environnement. Saint-Nazaire y figure, pas Nantes.

Sur chaque thème, les administrations procèdent à des classements. Ex Sécurité gendarmerie : Violences aux personnes, vols de voitures, atteintes aux biens, violences physiques crapuleuses, cambriolages dans 37 000 communes françaises dépendant de l'une des 408 circonscriptions de sécurité publique http://www.lexpress.fr/actualite/societe/insecurite-le-palmares-des-villes-de-france_1300974.html#MUMXuUfwSET2mPUI.99 ainsi sur la sécurité, on peut surveiller en temps réel le rang précis de Nantes vis-à-vis de la violence aux personnes) ou pour les atteintes aux biens.



En 2010, le Crédit Foncier et l'Université Paris-Dauphine publiaient une étude sur l'attractivité des territoires qui mesurait l'attractivité résidentielle des 100 plus grandes agglomérations françaises

http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/actualites/immobilier/CP87_Attractivite%20C3%A9

ISO 37120. Mis en place en mai 2014, avec un Conseil mondial des données urbaines (World Council on City Data-Global City Indicators) <http://cityindicators.org/> : Économie, Éducation, Énergie, Environnement, Finance, Secours incendie et interventions d'urgence, Gouvernance, Santé, Loisirs, Sécurité, Abris, Déchets, Télécommunications, Innovation, Transports, Aménagement, Eaux usées, Eau et services d'assainissement – l'accès est autorisé pour les seuls membres de CGIF . Aujourd'hui, il n'y a encore qu'une quinzaine de membres en Europe dont Paris seule en France, une vingtaine aux USA, etc ...

3. Que faire avec tout cela ?

Réussir à se comparer en termes égaux sur un panel cohérent est une chose. Nous n'en sommes, apparemment, pas encore là. En tirer des outils pratiques pour le développement est une autre chose.

Voici le plan qui était présenté dans le Guide marketing territorial 2010.

<p>Séquence 1 : établir son diagnostic</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etape 1 : placer l'information au cœur de la démarche - Etape 2 : analyser les marchés - Etape 3 : étudier l'environnement des marchés - Etape 4 : évaluer la position concurrentielle de l'offre territoriale - Etape 5 : Analyser le mode de mise en relation - Etape 6 : Synthétiser l'évaluation de l'offre territoriale au regard de la demande
<p>Séquence 2 : définir ses choix stratégiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etape 7 : se donner une ambition - Etape 8 : Construire sa promesse (le positionnement)
<p>Séquence 3 : dresser son plan d'actions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etape 9 : construire sa partition par le mix marketing - Etape 10 : planifier pour optimiser

4. La démarche nantaise

En 2007, l'ACEL (Association Communautaire de l'Estuaire de la Loire) a mené une réflexion et commandé une étude au cabinet lyonnais NOVA 7. Après avoir constaté la position modeste de la Métropole *, elle posait les bonnes questions :

- Dans un contexte de compétition européenne, quelles ambitions pour la métropole ?
- En termes d'enjeu stratégique, quel positionnement ?
- Quelle action pour gravir la marche européenne ?

La conclusion fut au bas d'un rapport de 33 pages qui avait correctement situé la position modeste de la Métropole **

- **Si la métropole nantaise s'engage de manière active dans la compétition internationale :**
 - Quel modèle développement veut-on ?
 - Quel rôle jouer vis-à-vis du territoire régional et national ?
 - Dans quelle cour jouer ?
- **Si la métropole nantaise souhaite trouver une place distinctive sur la scène internationale :**
 - Comment l'ancrer dans l'identité locale ?
 - Comment être séduisante et attractive vis-à-vis de l'extérieur ?
- **Si la métropole nantaise souhaite gravir la marche européenne :**
 - Comment s'organiser pour travailler à une échelle métropolitaine avec tous les partenaires concernés ?
 - Comment concilier attractivité économique, résidentielle et touristique ?
 - Comment mettre en cohérence l'image et la réalité dans une stratégie efficace et crédible ?

L'objectif est bien d'améliorer la notoriété internationale de la Métropole, notamment en Europe. Les études faites à l'occasion qui concernaient surtout l'observation des stratégies de marque des territoires devraient être poursuivies et alimenter la gouvernance.

Nantes Métropole s'orientait alors dans une stratégie de marque internationale avec l'Agence "Nantes... Just imagine" créée en 2011, qui communique en deux langues notamment avec le blog : <http://www.blog.nantes-just-imagine.fr/category/nantes-international/> sur tous les atouts de la métropole avec les outils modernes, ce qui est certainement très concret et utile.

Toutefois, il reste légitime de se demander ce qu'est devenu l'aspect "benchmarking" qui a sous-tendu la démarche. Le nez dans le guidon, serait-il devenu inutile de s'inspirer des réussites des autres ?

* Un nouveau regard sur la compétitivité des métropoles européennes, ACEL+ NOVA7, 2008

** Dont recherches sur :

- Population
- Croissance de la population
- Ports
- Aéroports
- Accessibilité
- Sièges sociaux
- Places financières
- Tourisme urbain
- Foires et salons
- Congrès internationaux