

Avril 2015

INNOVATION ET CRÉATIVITÉ

Réflexions sur la mise en place de synergies communautaires

Rapport adopté par le Conseil de développement le 15 avril 2015

rapport adopté

Pour : 11 voix
Contre : 0 voix
Abstention : 0 voix

L'innovation s'entend ici dans le domaine sociétal. L'objectif de la commission était de suggérer la mise en place d'initiatives visant tout type de public et rassemblant toutes les communes de l'agglomération dans le but de renforcer le sentiment d'appartenance et donc l'identité du territoire et par là son attractivité. « Les Machines de l'Île » à Nantes ou le « Miroir d'eau » à Bordeaux ont été pris pour références. La commission propose qu'une consultation ouverte à tous soit organisée qui fasse retenir annuellement des actions de coopération visant à découvrir « la commune d'à côté ». Il pourrait s'agir de parcours de découverte de la culture, des traditions culinaires, du passé protestant... De même il est suggéré de diffuser à toutes les communes l'information des événements programmés dans chacune d'elles. Des réalisations étrangères à Londres et en Belgique sont soumises à la réflexion

*Pierre FAUCHER
Président du Conseil de développement*

INNOVATION ET CRÉATIVITÉ

Réflexions sur la mise en place de synergies communautaires

Rapporteurs : Françoise MAMOLAR

DEFINITION DES NOTIONS

▶ Innovation

Le concept d'innovation est multiple. Il fait généralement référence à son acception étroite (Recherche & Développement, technologie, commerciale, etc...). L'innovation peut cependant concerner bien d'autres domaines.

Ses enjeux peuvent notamment être sociétaux. Dans ce cas, l'innovation a pour effet d'augmenter la satisfaction des individus en créant de la « valeur ajoutée ».

▶ Créativité

La créativité est la capacité à produire des idées et surtout à les organiser d'une façon originale. Elle pourrait se définir comme l'aptitude à avoir des projets. Elle nécessite une atmosphère de liberté et de tolérance. Tous les arts sont des tremplins pour la créativité. Équipements culturels et lieux d'échanges leur servent généralement de relais.

(N.B. La politique culturelle n'est pas portée par la Communauté d'agglomération de La Rochelle).

L'OBJECTIF DE LA COMMISSION

La Commission s'est rassemblée dans le but de réfléchir à la mise en place d'initiatives capables de :

- ▶ Réunir des publics variés.
- ▶ Entraîner un potentiel d'attractivité pour le territoire.
- ▶ Contribuer à « connecter » l'ensemble des 28 communes de l'agglomération et notamment les 10 communes qui viennent de la rejoindre.

Aucun cadre précis ne fut donné à la réflexion afin de laisser aux participants la plus grande diversité d'approches. La finalité de la Commission a reposé sur une seule consigne :

- ▶ Expérimenter les possibles, partager et susciter des envies ou des initiatives (privées, citoyennes ou associatives) à l'aide de petits « aménagements » ponctuels, flexibles, éphémères ou encore de micro-événements ou animations. Autant de supports pour amorcer et/ou tester avec la population cette « volonté du vivre ensemble » qui forge le sentiment d'appartenance à un même territoire.

LES PARTICIPANTS REGULIERS

Guy CHEZEAU ; Christian DEVINAT ; Pierre FAUCHER ; Catherine LEMASSON-LASSEGUE ; Thierry MAITRE ; Françoise MAMOLAR.

LES ENTRETIENS

Des personnalités du territoire ont participé aux travaux de la Commission et alimenté les échanges :

- ▶ Benoît GAILLARD
Consultant en stratégie de développement économique.
- ▶ Mickaël AUGERON
Directeur Master Professionnel Patrimoines, multimédia et tourismes.
- ▶ Didier VYE
Maître de conférences en géographie à l'Université de La Rochelle.
- ▶ Sylvie GUERRY-GAZEAU
Maire de Clavette - Vice-présidente de la Communauté d'agglomération en charge de la communication et de l'identité communautaire.

UN CONSTAT EN GUISE DE POINT DE DEPART

L'agglomération rochelaise a été à la pointe de la créativité avec des initiatives telles que les vélos jaunes, les Francofolies, l'université, etc.... Elle s'est toutefois forgée une image de terre d'expérimentation plutôt que d'innovation.

Aujourd'hui, par l'ampleur de sa rénovation urbaine et la mise en valeur de son patrimoine classé par l'Unesco, une ville comme Bordeaux a trouvé le moyen d'accroître son attractivité. Nantes, de son côté, a joué la carte de l'audace en misant sur de grandes manifestations devenues populaires telles que les Machines de l'île ou La Folle Journée.

Entre ces deux grandes zones urbaines qui n'ont pas manqué d'initiatives ces dernières années, La Rochelle et son agglomération ne trouve pas sa place et semble vivre - globalement - sur ses « acquis ».

À noter :

Depuis la création de la Commission en 2013, une nouvelle gouvernance est à la tête de la Communauté d'agglomération de La Rochelle.

- Deux orientations nouvelles sont aujourd'hui à prendre en compte : La Communauté d'agglomération de La Rochelle a lancé en janvier 2015 une démarche de marketing territorial afin de créer une identité globale du territoire. Ce label de territoire a pour ambition de donner un cadre commun au développement de l'attractivité des 28 communes. Il doit également servir d'outil pour que chaque habitant devienne l'acteur de son territoire. Cette initiative va dans le même sens que les réflexions menées par la Commission Innovation et Créativité.
- La Communauté d'agglomération a fait connaître sa volonté de récupérer la compétence sur le tourisme, axe majeur et influent de toute l'activité territoriale.

LES IDEES-CLES

▶ Créativité et innovation / attractivité et identité.

- Si l'on veut accroître la notoriété du territoire, il faut développer l'attractivité. L'attractivité est une notion qui relève notamment du domaine de l'économie.
- Si l'on veut accroître son identité, il faut développer le sentiment d'appartenance de ses habitants.

▶ L'attractivité d'un territoire et la notion d'appartenance.

- Il n'y a pas d'attractivité de fait, ni de déterminisme en matière de sciences sociales.
- Les politiques publiques servent de levier au développement de l'attractivité. Les acteurs façonnent les lieux. Il y a plusieurs échelles d'appartenance au territoire, en fonction des intérêts ou des espaces de vie. Cette notion est donc particulièrement sélective et ne concerne pas forcément les mêmes populations.
- Il y a également à prendre en compte et à dépasser la tendance naturelle de se regrouper avec ceux qui nous ressemblent (« l'entre soi »).

▶ La difficulté de définir l'identité communautaire.

- L'identité rochelaise pourrait se définir par... « ne pas être Rochelais d'origine ». La ville ayant démontré à travers sa longue histoire qu'elle est le fruit de brassages successifs dont il ressort des atouts majeurs comme - par exemple - sa capacité à séduire et à assimiler les nouveaux arrivants.
- La notion d'identité est une notion qui évolue. Elle est liée à la dynamique d'un territoire et celui-ci coïncide avec un bassin de vie. La perception identitaire est donc toujours à rapprocher des pratiques.
- Par son histoire, sa situation littorale ou ses activités d'échange et de commerce, le territoire rochelais possède un fondement identitaire riche mais son image est régulièrement réduite à quelques symboles (la qualité de vie, les tours et les arcades, etc...).
- La fin des années 80 marque le point de départ d'un changement d'image du territoire. Le rôle de Michel Crépeau est déterminant dans l'explosion du tourisme. La Rochelle et l'île de Ré surpassant dans ce domaine toutes les communes voisines.

▶ La mer/le littoral comme point commun.

- La Rochelle est une cité dont le développement a toujours reposé sur la mer et les activités maritimes.
- Contrairement à d'autres régions de France comme la Bretagne, les Rochelais ne sont pas pour autant des marins. Ils côtoient la mer mais s'y aventurent peu.
- On constate que les populations des communes de l'agglomération les plus éloignées du bord de mer se considèrent aussi comme des populations du littoral.

▶ Inciter les populations à se mélanger.

- Attirer la population hors de ses circuits habituels n'est pas chose facile. Il faut y réfléchir en y incluant la problématique du transport.
- Une réflexion complémentaire est à porter sur l'organisation du temps de vie de chaque classe d'âge afin de discerner ce qui permettrait de faire se rencontrer ces différentes populations.

▶ Prendre appui sur les points forts de l'agglomération.

- Les points forts paraissent être : l'enseignement supérieur, la culture, l'image environnementale de la ville-centre, le littoral et le nautisme. Une coopération intercommunale active pourrait être envisagée autour de ces grands secteurs et générer du lien social en ravivant l'esprit de découverte et de création des habitants.
- d'autres leviers possibles existent : le sport tel le rugby qui rassemble en un même lieu des publics qui ne se rencontreraient pas forcément ailleurs ; la gastronomie avec des produits de renommée (huîtres, moules,...).

▶ En matière d'actions, trois axes de positionnement possibles.

- Ludique, qui renvoie au plaisir.
- Économique, qui intéresse les entreprises.
- Territorial, qui se questionne sur la manière de vivre.

QUELQUES PROPOSITIONS

▶ *Associer, fédérer*

- Organiser un vaste brainstorming en sollicitant la participation de la population des 28 communes.
Recueillir les idées et donner la parole à tous en développant les occasions de contacts.
À partir de cette réflexion commune, décider d'actions de coopérations à privilégier annuellement.
- Se servir de la dimension événementielle et festive de la culture (au sens large) pour mélanger les publics et mobiliser les imaginaires et favoriser la découverte de la commune « d'à côté ».
Par exemple :
 - a. Créer un libre parcours de découverte culturelle à partir de la création d'œuvres sculptées monumentales sur un thème référent. Chaque commune lancerait son appel à projet et sélectionnerait son maître d'œuvre, sous la coordination de la Communauté d'agglomération. La réalisation des œuvres ferait l'objet d'une souscription auprès des citoyens ou des entreprises de la commune en tout ou en partie.
 - b. Utiliser la tradition culinaire comme outil de lien social, propice aux rencontres et aux échanges et renouer avec une manifestation comme celle de la « Poule au pot » sur le Vieux Port il y a quelques années.

▶ *Informé, découvrir*

- Améliorer la diffusion des informations sur l'ensemble du territoire pour développer les synergies.
Par exemple en créant un service calendaire qui permettrait de connaître à tout moment l'ensemble des manifestations sur la Communauté d'agglomération.
- Utiliser davantage le passé protestant de La Rochelle et de ses alentours en matière de tourisme.

VU AILLEURS

▶ TEAM LONDON

Team London est une initiative qui répond à une réalité : 75% des Londoniens font au moins occasionnellement un geste pour leur communauté, mais lorsqu'ils souhaitent s'impliquer davantage, ils ne savent pas qui contacter et comment trouver une action qui leur convienne.

À partir d'une plateforme, chaque citoyen peut d'un coup d'œil s'informer sur les chantiers prioritaires et choisir la cause à laquelle il aimerait consacrer un peu de temps bénévolement.

Pour accélérer la prise de conscience sur l'importance des actions citoyennes, le maire de Londres, Boris Johnson a organisé un concours qui vise à élire le Londonien le plus engagé pour le bien-être de sa communauté locale. Des affiches ont été placardées pour inciter tous les citoyens à voter et à réfléchir sur leur propre engagement.

▶ LE BEAU VELO DE RAVEL

Le réseau Ravel (Réseau Autonome des Voies lentes) a été créé en 1996 en Belgique. Festif, convivial et (un peu) sportif, il rassemble entre 5 000 et 10 000 amateurs autour d'un parcours de découverte (de préférence à vélo) et d'un itinéraire en boucle d'une vingtaine de kilomètres. Chaque week-end de l'été, une commune est mise à l'honneur et accueille les participants. Montage des chapiteaux, préparation des repas, hôtesse d'accueil, mécanos, une centaine de bénévoles se mobilisent autour de cet événement qui est à la fois un faire-valoir pour la commune hôte et une formidable machine à créer du lien social.

CONCLUSION

▶ Ce qui semble manquer le plus à notre Communauté d'agglomération :

- L'élaboration de synergies et leur organisation.
- Des événements repères capables de mesurer les intérêts d'une coopération intercommunale.

▶ Que faire ?

- Susciter des petites initiatives (qui ne demandent pas une administration lourde) capables de réunir l'adhésion des uns et des autres. Avancer « pas à pas ».
- Inverser l'effet « aspirateur » du centre-ville afin que tout ne se passe pas à La Rochelle !
- Mesurer annuellement l'avancée et la pertinence des initiatives.

Communauté
d'Agglomération de
La Rochelle



CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT
DE L'AGGLOMÉRATION DE LA ROCHELLE



**Hôtel de la
Communauté
d'Agglomération**

6 rue Saint-Michel
BP 1287
17086 LA ROCHELLE
CEDEX 02

Tél. : 05 46 30 34 00
Fax : 05 46 30 34 09

www.agglo-larochelle.fr

conseil-de-developpement@agglo-larochelle.fr