

Recommandations sur le contenu d'une étude stratégique de requalification des zones d'activités économiques

Les objectifs d'une étude stratégique de requalification des ZAE

La qualité de ses zones d'activités économiques est un facteur clé de l'attractivité d'un territoire. Les zones d'activités économiques anciennes présentent souvent des situations d'obsolescence en termes de conception urbaine et environnementale qui s'accompagnent d'une déqualification des activités des entreprises. La requalification vise alors à les remettre en adéquation avec les exigences des entreprises par l'élimination des éléments de vétusté, l'amélioration de la gestion de la zone et la création de services inter-entreprises.

Un projet de requalification doit s'inscrire dans une réflexion territoriale élargie visant à définir un positionnement stratégique de la zone d'activité par rapport aux zones concurrentes.

L'étude stratégique a pour objectifs de positionner la zone d'activité dans son environnement concurrentiel en identifiant ses atouts mais aussi ses dysfonctionnements et ses faiblesses en vue de conclure sur l'opportunité d'un projet de requalification.

Si l'intérêt de la requalification est avéré par l'étude, cette dernière est complétée par une étude de programmation technique et financière des aménagements liés à la requalification.

Le contenu d'une étude stratégique

Périmètre de l'étude : L'étude stratégique peut être réalisée pour une zone d'activités économiques ou pour l'ensemble des zones d'un territoire. Dans le cas de communes structurées en intercommunalité, il est souhaitable que l'étude porte sur l'ensemble des zones d'intérêt communautaire. L'étude permet, en effet, de préciser la vocation stratégique de chaque zone du territoire et de la positionner par rapport aux zones concurrentes mais aussi de déterminer un programme pluriannuel de requalification des zones.

1. Positionnement stratégique et concurrentiel

L'objectif est d'inscrire le projet dans une réflexion territoriale élargie et d'analyser le positionnement concurrentiel de la (des) zone(s).

o Diagnostic économique de la (des) zone(s)

Les grandes caractéristiques de la zone sont présentées dans une fiche d'identité de la zone :

- Localisation, surface, modalités de gestion
- Statut juridique de la zone (ZAC, lotissement, zone de fait ...) et règles d'urbanisme applicables
- Etat parcellaire et relevé des propriétés notamment des surfaces destinées aux équipements publics d'infrastructures (voirie, réseaux...), reconversion ou remembrements éventuels

Le diagnostic économique de la zone a pour objectif d'une part d'établir une typologie des entreprises implantées sur la zone et d'autre part d'évaluer son attractivité par une analyse de sa commercialisation.

- Cartographie, typologie des entreprises implantées :
 - o activités, siège ou établissement, emplois
 - o localisation et historique d'implantation
 - o nature de l'occupation : propriétaire, locataire
 - o besoins spécifiques liés à l'activité
- Commercialisation de la zone :

- produits et programmes immobiliers, prix du foncier, valeur des biens vendus ou loués.
- disponibilités immobilières et foncières, rythme de commercialisation des lots, vitesse de rotation des stocks
- nature du commercialisateur (direct, mairie, agent, SEM, etc.), existence d'un mandat

○ **Analyse de la concurrence territoriale et positionnement stratégique**

L'analyse de la concurrence territoriale de la zone doit permettre de comprendre les raisons de sa plus ou moins bonne attractivité et de favoriser les complémentarités entre les différentes zones.

- Analyse de la concurrence territoriale :
 - nombre de zones, surfaces
 - spécificités des zones, activités motrices, entreprises phares
 - qualité architecturale, aménagement, desserte
 - produits et programmes immobiliers, rythmes de commercialisation, disponibilités foncières, prix du foncier, loyers

Cette étude doit permettre de définir la vocation de la zone en précisant les activités et entreprises ciblées de même que les retombées attendues en termes d'implantation d'entreprises et d'emploi. La vocation de la zone et sa place dans la stratégie de développement du territoire permettront de conclure ou non à la nécessité de travaux de requalification et d'offrir aux entreprises de nouveaux services.

2. Analyse qualitative de la (des) zone(s)

L'objectif de cette analyse est d'identifier les facteurs d'attractivité ou au contraire de déqualification des zones.

- Architecture et organisation générale de la zone :
 - intégration dans son environnement urbain notamment des entrées de zone
 - ancienneté et style du bâti
- Accessibilité et logistique :
 - desserte routière, aérienne, portuaire, par les transports en commun
 - projets d'évolution de la desserte
- Image générale " marketing " :
 - nom de la zone
 - signalétique d'accès et interne
 - existence d'une thématique ou spécialisation (zone artisanale, commerciale, mixte, technologique...)
- Qualité de l'aménagement de la zone et du traitement des espaces publics :
 - sécurité, éclairage, plantations
 - état des réseaux (eau, électrique, gaz, telecom) et raccordement de la zone à un réseau haut-débit
 - quantité et qualité des voiries, facilité de circulation interne, organisation du stationnement
- Qualité de la gestion de la zone :
 - entretien et propreté
 - maîtrise des pollutions et nuisances
- Existence de service aux entreprises et aux salariés : gardiennage, restaurant inter-entreprises, commerces ...
- Qualité de traitement des espaces privés, état des bâtiments, existence de friches ...

Haut débit :

Le déploiement d'infrastructures de desserte en haut débit, ouvertes à l'ensemble des opérateurs sans discrimination, sera systématiquement envisagé.

L'étude stratégique doit aborder les thèmes suivants :

- Distance de la zone au répartiteur téléphonique d'attachement pour vérifier l'éligibilité aux offres ADSL ;
- Les équipements et infrastructures de la zone (fourreaux, chambres, fibre optique, pylônes, antennes) ;
- Les conventions signées avec les opérateurs pour la gestion des infrastructures.

Définition de la zone d'activités future

o Préconisations de requalification

Sur la base des éléments recueillis au cours de la phase de diagnostic, le bureau d'étude conclut sur l'opportunité d'un projet de requalification et en décline les principaux axes :

- Dimensionnement du projet
- Schéma de principe d'organisation du site
- Phasage de la réalisation
- Conséquence sur les documents d'urbanisme
- Incidences financières

o Gestion, animation et commercialisation de la zone requalifiée

La réussite du projet de requalification et la pérennisation du bon fonctionnement de la zone d'activités économiques passent par la mise en œuvre d'un programme d'animation et de gestion de la zone.

- Modalités de gestion de la zone et identification des responsables : entretien des espaces, investissements, animation, commercialisation
- Projets d'animation de zone
- Mode d'implication des entreprises
- Moyens de commercialisation
- Services aux entreprises à développer sur la zone

Le développement et l'amélioration des services sont recherchés, qu'il s'agisse des services aux entreprises (salle de réunion, restaurant inter entreprises, ...) pour lesquels des terrains pourront être réservés pour des bâtiments, ou des services de proximité pour les différents usagers, salariés, fournisseurs, clients (restaurants, hôtels, guichets de banque...).

Concernant les espaces privés, la concertation avec les concepteurs privés et les entreprises doit permettre d'assurer une cohérence d'ensemble des aménagements entre les espaces publics et les espaces privés. Des préconisations pourront également être formulées en matière de prescriptions architecturales des bâtiments (forme, couleurs, ...) et gestion des jonctions entre espaces publics et espaces privatifs (espaces verts, haies, clôtures ...), de modalités d'entretien, de conditions de stockage à l'air libre, d'enseigne et d'affichage.

Une démarche participative

La réalisation de l'étude stratégique doit être l'occasion d'une concertation avec les différents acteurs économiques du territoire par le biais d'enquêtes ou d'entretiens : entreprises, promoteurs et investisseurs, commercialisateurs, gestionnaires de zone ...