
Avis sur « Mission Attractivité Normandie »

CESER de Normandie

Juin 2016

**CONSEIL ÉCONOMIQUE
SOCIAL ET
ENVIRONNEMENTAL
REGIONAL DE
NORMANDIE**



**Résultat du vote :
UNANIMITÉ**

**Rapporteur : M.
Francis SAINT-
ELLIER**

Est soumis à l'appréciation du CESER une Communication de la Région sur le projet d'une **Mission Attractivité Normandie** chargée d'établir une stratégie dans ce domaine et de préfigurer l'Agence qui devrait se structurer au premier semestre de 2017, élément qui constituait un engagement de campagne de l'actuel Président du Conseil Régional.

La Normandie bénéficie en effet d'une renommée internationale. Ce serait, dit-on, la région la plus connue au monde après la Californie. Sa réputation, elle le doit prioritairement à son histoire (Débarquement et Bataille de Normandie dès juin 1944, la Normandie Ducale et son essaimage en Europe et en Méditerranée...) sans oublier son patrimoine naturel et culturel exceptionnel (Mont Saint-Michel¹ et sa baie, premier site touristique national hors Ile de France, l'impressionnisme...) qui constituent des éléments d'attractivité incontestables.

Il convient de relever que le thème de l'attractivité a constitué l'un des éléments majeurs sur lesquels se sont appuyés les deux anciens CESER pour réaliser en commun la saisine « Nouvelle région, nouveaux horizons pour une Normandie ambitieuse, équilibrée et solidaire » en janvier 2015.

Pour le CESER, cette première étape consistant à doter la Région d'une stratégie affirmée sur le plan de l'attractivité associant l'ensemble des acteurs du territoire est très opportune pour définir, au préalable, les objectifs, les enjeux et les moyens d'une future Agence. Il souhaite une large concertation et une mobilisation autour de ce sujet en associant, autant que faire se peut, la population dans la démarche. La Normandie comprend de nombreux atouts sur les plans économiques, patrimoines culturels et paysagers, touristiques, scientifiques, sportifs... insuffisamment valorisés et exploités. Il est pour cela nécessaire que les normands et plus largement les habitants de la Normandie s'approprient leur région et témoignent d'une fierté à son égard.

Le CESER souhaite mettre en avant quelques remarques.

Dans le chapitre 2 « Construire une stratégie d'attractivité », il est rappelé que l'attractivité a une double vocation « faire venir et rester ». Il ne faut pas en négliger une troisième : « faire revenir ». En effet, la Normandie connaît une émigration structurelle forte de ses jeunes diplômés notamment dans la tranche d'âge 20-25 ans, non compensée par l'arrivée d'une population d'âge comparable. A ce sujet, des dispositifs dans le domaine de la formation et notamment de l'enseignement supérieur ou encore de la recherche contribuent à rendre le territoire attractif via le **soutien à la mobilité internationale**, le **retour de jeunes chercheurs** ou encore le **financement de Chaires d'excellence**... Les collaborations internationales de la recherche (exemple du GANIL qui accueille chaque année une communauté de 700 chercheurs utilisateurs venus du monde entier) devraient être davantage connus et valorisés². Une meilleure visibilité de l'excellence de la recherche normande passe notamment par le projet **Normandie i-novation** qui s'inscrit dans les appels à projet du programme d'Investissements d'Avenir I-SITE (Science – Innovation – Territoires – Economie).

¹ Premier classement par l'UNESCO en 1979 d'un site à la fois pour son patrimoine naturel et son patrimoine culturel.

² De la même manière, l'astronaute européen Thomas PESQUET, originaire de Normandie, qui s'envolera pour la station spatiale internationale (ISS) en 2017 réalisera, à bord, des expériences scientifiques dont certaines en collaboration avec la recherche universitaire et une entreprise innovante normandes.

Le rapport du Président de Région annonce la création d'une marque « Normandie » partagée, véritable vitrine de la stratégie. Le CESER attire l'attention sur la nécessité de s'appuyer sur les initiatives passées et actuelles (marque Gourmandie de l'IRQUA Normandie ou démarche Buy Normandie de la CCI Normandie, marque Rouen Enjoy Normandie...) qui ont vocation à s'intégrer totalement et rapidement dans la nouvelle dynamique. Il apparaît également nécessaire de bien prendre en considération en amont la sécurisation juridique de cette démarche.

Le CESER recommande d'intégrer dans la démarche proposée la notion de stratégie d'Attractivité Durable du Territoire qui a émergé dans la foulée du développement durable. Les éco-conditionnalités mériteraient aussi d'être intégrées à la réflexion. Celles-ci mettent notamment en avant les responsabilités des activités économiques dans les territoires où elles sont installées.

Au moment de la co-construction de la stratégie d'attractivité, une bonne prise en compte de la spécificité des territoires qui composent la Normandie serait gage de réussite.

En conclusion, du fait des enjeux majeurs que cette stratégie soulève, le CESER émet un avis favorable sur ce projet de Mission Attractivité Normandie.

Déclaration des groupes

MADAME ARLETTE SAVARY
au titre de GRAPE- CREPAN – HNNE - GRAINE

D'après l'Inventaire National du Patrimoine Naturel (données 2016), la Région Normandie compte 4 Parcs Naturels Régionaux, 13 réserves naturelles nationales ou régionales, et au total environ 160 sites naturels faisant l'objet d'une protection. Par ailleurs, impossible de comptabiliser les sites naturels non protégés où certain nombre d'entre nous aiment se promener.

Nous regrettons que l'environnement naturel de la région normande soit totalement ignoré par le document du Conseil régional, les deux termes n'y apparaissant même pas. L'avis du CESER réintègre fort heureusement dès le deuxième paragraphe l'expression « le patrimoine naturel et culturel exceptionnel ».

Comment oser écrire que « dans le monde, il n'existe pas de ville, de région, de pays, qui soit attractif et peu développé économiquement ? Nous voulons rappeler que l'homme n'est pas que « homo economicus » ; pour s'épanouir il a certes besoin d'un travail, qui lui procure entre autres les ressources pour vivre mais il trouve le plaisir de vivre dans des relations sociales, dans une immersion dans une culture, dans son lien avec l'environnement naturel qui forme son territoire. Une mission « attractivité » ne devra pas se cantonner strictement à la sphère économique. Ce souci est d'ailleurs aussi évoqué dans l'avant dernier paragraphe de l'avis du CESER.

En effet, la base de l'attractivité c'est d'abord que les habitants de Normandie se sentent bien dans leur région. Ce sont eux qui formeront les meilleurs acteurs pour parler aux personnes extérieures. Il nous semble maladroit de parler de « guerre intensive sur le plan du marketing territorial », le monde est déjà suffisamment violent comme cela.

MADAME NADEGE PLAINEAU
au titre du Comité régional CGT de Normandie

Monsieur le Président, Chers Collègues,

Nous ne pouvons que nous féliciter du projet du Conseil régional de mise en place d'une « mission Attractivité Normandie ». Que cette mission donne naissance à une « agence de l'attractivité » ne peut être que profitable au développement économique de la région, sachant que cette agence travaillera de concert avec l'Agence de Développement Normandie ainsi qu'avec la future agence de l'attractivité de la Métropole de Rouen, cela nous laisse à penser qu'aucune partie du territoire normand ne sera délaissée, oubliée.

Le groupe CGT rappelle son exigence quant à la mise en place d'éco-conditionnalités qui ne sont en rien un frein à l'attractivité ou au développement économique des entreprises mais bien au contraire, un respect de ces entreprises bénéficiant d'aides envers les acteurs publics qui leur octroient ces dites aides.

De plus, la volonté de rendre encore plus attractive la région Normandie en attirant des diplômés, des entreprises, ne peut se faire sans la présence de services publics répartis uniformément sur l'ensemble du territoire. En effet, il est indispensable de combler les besoins de la population, des salariés, des entreprises en leur offrant la base d'une implantation réussie et l'envie de rester. Ce qui veut dire des écoles, des services publics de santé, des services administratifs, des transports de qualité...

Et nous aurons de ce fait atteint aussi l'objectif de la notion de la stratégie d'Attractivité Durable du Territoire.

Cependant, nous regrettons que les travailleurs de la recherche et de l'enseignement supérieur, dont on souligne pourtant le rôle dans l'attractivité du territoire, ne soient pas plus entendus et écoutés. Ainsi des laboratoires ne se reconnaissent pas dans le projet Normandie i-novation, malgré de nombreuses contributions apportées lors de sa préparation. S'il est accepté, ce projet ne répondra pas de manière satisfaisante à l'insuffisance des moyens. Au contraire, les missions de service public n'en seront que plus dégradées avec plus de précarité dans les statuts, une logique du court-terme affirmée et un pilotage institutionnel des travaux.

Le groupe CGT votera pour.

MONSIEUR CHRISTOPHE LEROY
au titre de l'Union régionale UNSA de Normandie

Dans un premier temps, je vous propose de relire, rapidement, le premier paragraphe de la conclusion du rapport qui nous est proposé.

"L'attractivité, c'est un tout et son approche doit être abordée de façon multisectorielle. Ces effets se ressentent sur les grands projets d'aménagement, le tourisme, le résidentiel, la vie étudiante et la recherche, les grands événements, les actions à l'international, la qualité de vie... Quel que soit le domaine ou le public visé, l'objectif principal reste le même : attirer et faire rester sur le territoire. ».

C'est pourquoi, je regrette que le Vice Président Deniaud, chargé du dossier "lycée du futur" n'ait pu rester à nos travaux que trois quarts d'heure, et que nous n'ayons plus pu échanger avec lui.

Je lui aurais fait remarquer, que lorsque la Région organise un groupe de travail ou de réflexion sur la politique agricole régionale, elle y associe les organisations agricoles représentatives. Je lui aurais également fait part de notre étonnement et de notre mécontentement, déjà exprimé lors de la séance plénière précédente, que ni les organisations de lycéens, ni les fédérations de parents, ni les syndicats de l'ensemble des personnels de l'Education Nationale ne soient associés au groupe de travail qu'il préside sur la mise en place du lycée du futur.

Ceci étant dit, bien sûr, le votera cet avis

MADAME SYLVIE MONTIER
au titre de l'Union Régionale des syndicats CFDT de Normandie

L'attractivité d'un territoire est essentielle car elle permet une dynamique indispensable à la vie de ses habitants.

La capacité de la Normandie à attirer, accueillir et retenir les populations sera, pour la CFDT, l'un des éléments qui construira l'identité future, garante de la vitalité de ses territoires.

MONSIEUR NICOLAS BENIES
au titre de la FSU de Basse-Normandie

Je voudrais attirer un peu l'attention sur ce qu'on appelle attractivité parce que je trouve que c'est un concept qui souffre de définitions assez étranges, sinon bizarres.

Derrière l'attractivité, il peut y avoir la mise en concurrence des Régions. Je voudrais dire qu'aujourd'hui si on se mettait dans la tête qu'il faut forcément refonder un projet d'avenir, il serait temps de penser les coopérations, non seulement entre les Régions, entre l'Etat, mais aussi au niveau de l'Europe de manière à pouvoir faire face à ce qui est aujourd'hui la crise que nous vivons et cette crise fondamentale oblige justement à pouvoir réfléchir à d'autres types de coopérations.

Je trouve en plus difficile d'accepter qu'on soit forcément lié à une Région. Je pense qu'aujourd'hui nous avons la nécessité de penser au-delà des Régions administratives, telles qu'elles sont constituées, parce que ces Régions ne sont finalement que le résultat d'une loi qui est mal ficelée.

Aujourd'hui, il serait peut-être temps justement de s'interroger sur la manière dont pour les jeunes nous proposons un projet d'avenir.