

## Compte-rendu de l'atelier Economie

25 janvier 2022 – visioconférence

### Liste des participants

Rosalie BECQUET, Directrice de cabinet, CARCT

Erik BENTZ, Directeur du Développement  
Economique, CARCT

Céline BOSSERELLE, DGA CARCT

Séverine CHARLIER, secrétaire Mairie de Crézancy

Rodolphe CHOLLET, Géomètre-expert

Jean-Jacques CORBIER, Directeur de l'Urbanisme,  
CARCT

Gilles CORDIVAL, Maire de Mont-Saint-Père,  
conseiller délégué au commerce et à l'artisanat,  
CARCT

Bernard COUVREUR, Directeur communication,  
CARCT

Nicolas DRIOT, Service Urbanisme - Ville de Château-  
Thierry

Blandine DUDEMAINE, action cœur de ville, CARCT

Sébastien EUGENE, Maire de Château-Thierry, Vice-  
Président au Développement Economique, CARCT

Didier FERNANDEZ, Maire de Seringes et Nesles

Georges FRAEYMAN, Maire de Latilly, retraité de  
l'agriculture

Madeleine GABRIEL, Elue de Fère-en-Tardenois,  
Conseillère déléguée au Développement agricole et  
viticole, CARCT

Laure GEOFFROY, chargée de mission PLUIH, CARCT

Daniel GIRARDIN, Maire de Trélou-sur-Marne, vice-  
président au PLUIH, CARCT

Bruno LAHOUATI, Maire de Vallées-en-Champagne,  
conseiller délégué habitat, CARCT

Patrice LAZARO, Maire de Hautevesnes, Vice-  
Président Ressources, CARCT

Frédérique LEANDRE, Adjointe Mairie d'Essômes-  
sur-Marne

Stéphanie MAGNIEZ, Directrice Territoriale, BGE  
PICARDIE

Joachim MARQUES, 1<sup>er</sup> adjoint au Maire de  
Coulonges-Cohan,

Léocadie MILLE, chargée de mission Habitat, CARCT

François MOYROUD, contrôleur de gestion, CARCT

Jean-Pierre POLIN, Maire d'Etrepilly

Katrin RASKOVALOFF, conseillère municipale,  
Mairie de Nesles la Montagne

Céline VIART, Coallia Pôle Insertion Essômes-sur-  
Marne, responsable d'établissement

Géry WAYMEL, chargé de mission, PETR UCC Sud de  
l'Aisne

Représentant(e)s de la Mairie de Fère-en-Tardenois

M. GIRARDIN, vice-président en charge du PLUIH rappelle, en introduction, le calendrier de la démarche. Le groupement Verdi Conseil, Mediaterrre et Sphère Avocats a été retenu pour accompagner l'Agglomération dans l'élaboration du PLUIH, procédure qui devrait durer jusque fin 2024.

Cet atelier fait suite à une première phase d'appropriation du territoire et des données et aux 87 entretiens menés dans les communes du territoire.

Jean-Baptiste POULET, représentant du bureau d'études Verdi Conseil, présente le déroulement de l'atelier, mené en visioconférence. Les participants seront amenés à utiliser l'outil Wooclap pour participer par écrit à différents moments de l'atelier.

## 1. Activités économiques

Après une présentation d'une synthèse du diagnostic et des atouts, faiblesses, opportunités et menaces (AFOM) identifiés pour cette thématique, les participants sont invités à compléter l'AFOM proposé.

Les réponses apportées, via l'outil Wooclap, sont présentées ci-dessous :

### - Quels sont les atouts sur la thématique Activités économiques ?

Du personnel fidèle  
Une situation géographique idéale  
Territoire carrefour (situation idéale Paris, Europe du Nord...)  
Proximité des territoires de Paris et Reims  
Une bonne connexion à la Région parisienne  
Proche aéroport Roissy  
Autoroute A4  
Plusieurs axes routiers importants  
Le ferroviaire  
Lignes Fablo  
Des entreprises d'envergure nationale  
Un réseau dense de petites entreprises  
Activités artisanales importantes  
Activité viticole  
L'image "champagne"

### - Quelles sont les faiblesses sur la thématique Activités économiques ?

Manque (et non absence) de centres de formation  
Un territoire qui ne donne pas toujours envie aux jeunes de rester ou de revenir  
La fragilité d'une entreprise structurante à Fère  
Manque au niveau tertiaire (pépinière, co-working...)  
Manque de parrainage de jeunes entrepreneurs  
Peu d'industries issues de l'agriculture  
Des transports collectifs inadaptés en termes d'horaire  
Des transports défectueux  
Desserte ferroviaire (fret) insuffisamment exploitée  
Un territoire qui ne donne pas toujours envie aux jeunes de rester ou de revenir  
Absence d'infrastructures importantes (universités, CHU...)  
Ville centre trop petite pour avoir envie de s'installer  
Manque de foncier  
Manque d'offres d'emplois " haut de gamme"

### - Quelles sont les opportunités sur la thématique Activités Economiques ?

Dynamique collective par les entreprises (Uisa)  
Volonté politique pour accompagner ce développement  
Véritable volonté politique d'accompagnement économique ?

Cité de la francophonie à Villers-Cotterêts  
Filière champagne  
L'activité viticole dispose encore de marges de développement  
Mission UNESCO  
Ouverture de la ligne SNCF Paris-Reims par Fère-en-Tardenois aux voyageurs  
Volonté d'utiliser les produits du terroir  
L'après-covid (retour en grâce des petites villes)  
Contexte de crise sanitaire=> besoins nouveaux (télétravail, recherche de ruralité des "Parisiens")  
?  
Sites d'implantation encore disponibles et à des tarifs intéressants  
Présence des métiers d'art  
Marne

– **Quelles sont les menaces sur la thématique paysages et patrimoine ?**

Le coût de l'énergie  
Manque d'attractivité du territoire  
Ne pas se laisser envahir par les sociétés de logistique consommatrice de foncier  
Attention aux grandes surfaces commerciales  
Emplois peu qualifiés  
Le départ des jeunes  
Manque de dynamique collective entre les entreprises  
Les enjeux de zéro artificialisation nette  
Manque de grands projets  
Devenir une zone dortoir  
Perte de population des petites villes  
Impact environnemental négatif des transferts vers la région parisienne

**Autres interventions :**

- Il est fait mention dans les faiblesses de la fragilité d'une entreprise structurante à Fère-en-Tardenois. L'évolution des activités de production de l'entreprise VOSSLOH COGIFER vers des activités d'études a entraîné une diminution des effectifs (aux alentours de 90-95 salariés) aujourd'hui, mais il n'y a pas de menace de fermeture.

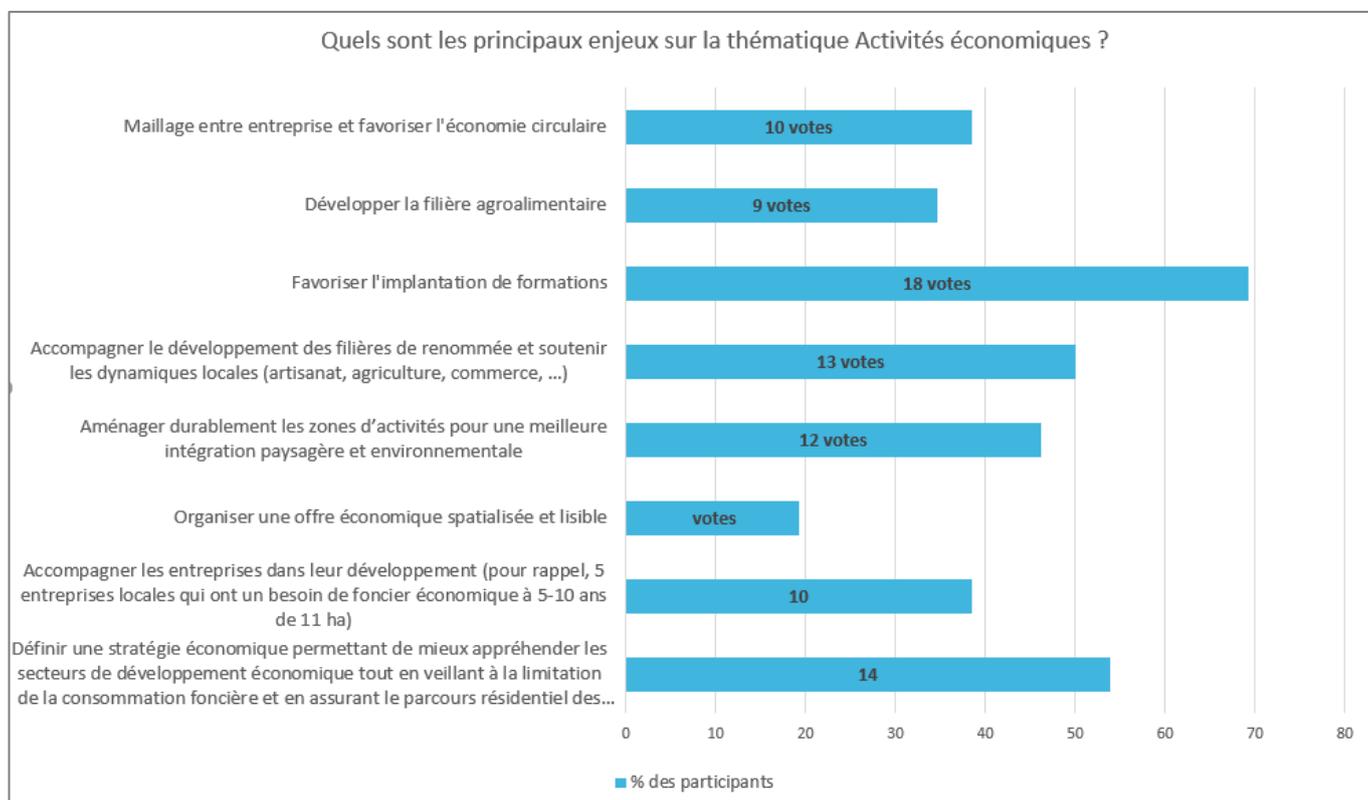
Jean-Baptiste POULET présente **les premiers enjeux identifiés** et invite les participants à les compléter :

– **Quels sont les enjeux sur la thématique Activités économiques ?**

Produire de l'énergie à un coût compétitif  
Promouvoir des filières d'emploi plus durables  
Créer un maillage entre entreprises et favoriser ainsi l'économie circulaire  
Favoriser l'économie de proximité par la création de réseaux d'entreprises locales  
S'orienter sur des industries agroalimentaires  
Créer une zone de produits bio et industrie bio  
Réseau routier

Favoriser l'implantation de formations en fonction d'une étude de besoin sur le territoire  
 Développer un sentiment d'appartenance pour fédérer les acteurs économiques locaux  
 Attention aux grands groupes industriels qui profitent d'opportunités financières pour s'implanter, et iront voir ailleurs à la première occasion.

Les participants sont ensuite invités à choisir les **trois principaux enjeux** parmi la liste composée des enjeux proposés par le bureau d'études, complétée par une synthèse des propositions formulées.



Autres interventions :

- Le PLUIH devra être compatible avec le Schéma de Cohérence Territoriale du Sud de l'Aisne, et notamment avec les stocks fonciers qu'il fixe pour répondre à l'objectif de maîtrise de la consommation de l'espace à vocation d'activités. L'évaluation récente du SCOT qui a conclu à son maintien en vigueur, précise que le rythme de consommation foncière depuis son approbation (5% des stocks fonciers économiques autorisés dans le SCOT) est moins rapide que celui qui avait été envisagé.

Il devra également respecter la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 qui intègre la lutte contre l'artificialisation des sols dans les objectifs définis par le code de l'urbanisme et qui prévoit la division par deux du rythme d'artificialisation des sols dans les dix ans à venir pour atteindre le zéro artificialisation nette en 2050. Les conditions d'application de ces évolutions, la nomenclature des sols artificialisés, ainsi que l'échelle à laquelle l'artificialisation des sols doit être appréciée dans les documents d'urbanisme, doivent être précisés par décret.

Un travail est engagé à l'échelle régionale pour définir la stratégie et les critères pour répondre à l'objectif de division par deux du rythme d'artificialisation.

Un des enjeux pour le Sud de l'Aisne consiste à faire entendre sa voix, dans un contexte régional qui risque de donner la priorité aux projets autour du Canal Seine-Nord. Il s'agit notamment de ne pas être pénalisé dans le développement de notre territoire par une faible consommation foncière durant la dernière décennie et l'absence de friches à mobiliser sur le territoire. Il est nécessaire d'optimiser la stratégie du territoire pour optimiser et répartir le peu de foncier disponible.

## 2. Commerce et tourisme

Après une présentation d'une synthèse des **premiers éléments de diagnostic du volet Commerce et tourisme**, les participants sont invités à compléter l'AFOM proposé, en utilisant l'outil Wooclap. Les réponses apportées sont présentées ci-dessous :

### – Quels sont les atouts sur la thématique Commerce et tourisme ?

Château-Thierry capitale mondiale des fables  
La Marne  
De nombreux sites à visiter, naturels ou patrimoine ancien : châteaux, halles...  
Un patrimoine important à faire connaître et pas toujours recensé  
Développement des actions de promotions de la maison du tourisme  
Réunir l'ensemble des patrimoines existants  
Région d'événements historiques  
Tourisme de mémoire et des illustres  
Ne pas oublier le tourisme de mémoire (première guerre), en lien avec les autres sites de l'Aisne  
L'œnotourisme  
Des opérations en cours de redynamisation du commerce de centre-ville et centres bourgs  
Bon maillage commercial  
Diversité des commerces, pas les mêmes que dans toutes les villes  
Grande diversité de paysages naturels : tourisme vert  
Beauté du paysage  
Ouvrir des points info tourisme comme partout ailleurs  
Gare TER très proche du centre-ville de Château-Thierry  
Randonnée pédestre et cyclotourisme

### – Quelles sont les faiblesses sur la thématique Commerce et tourisme ?

Communication à renforcer sur les attraits touristiques du territoire  
Des sites touristiques qui ne sont ouverts toute l'année  
Site touristique mal exploité  
Un potentiel artistique et culturel à exploiter  
Manque d'une signalétique globale  
Les habitants ne sont pas toujours ambassadeurs du territoire  
Manque d'anglophone pour le tourisme étranger  
Manque d'un hôtel d'une capacité d'accueil supérieure de plus 100 chambres  
Manque d'hébergement  
Insuffisances de structures d'accueil touristiques  
Manque de stratégie globale sur le développement des hébergements dans les communes  
Pas de restaurant ouvert le dimanche sur Fère-en-Tardenois  
Site  
Ne pas avoir une volonté plus affirmée en matière de Tourisme, il y a tant à faire !  
Développer festival de musique  
Commerce : un manque de dynamique collective entre commerçants  
Trop d'évasion commerciale  
Manque d'enseignes phare en centre-ville

– **Quelles sont les opportunités sur la thématique Commerce et tourisme ?**

Se servir de Villers-Cotterêts en booster

Hôtel Dieu

Belle région qui regroupe à elle seule les paysages la mémoire et les hommes célèbres

Destination du week-end pour le bassin parisien

Des sites naturels ouverts au public et gérés

Elargir l'offre avec nos voisins, Soissons, Reims, l'histoire et le tourisme n'ont pas de frontières

Multiplier les expositions temporaires de qualité

4 musées sur notre territoire

Un art de vivre à partager

Des habitants formidables

Parmi toutes ces propositions trouver une identité forte de ce territoire

Aménagement des centres bourg : zone conviviale, valorisation des petits commerces

Un retour à la consommation locale et circuits-courts

– **Quelles sont les menaces sur la thématique Commerce et tourisme ?**

Extension des grandes surfaces

Un bassin de vie trop faible/petit pour attirer les enseignes nationales

Points de vente de produits locaux très disséminés

Désert bancaire

Les commerces des villages sont fragiles

Évasion commerciale vers Val d'Europe et Reims

Une arrivée de prestataires et/ou commerçants non forcément professionnels

Kebab pour ne pas les citer

Manque d'une dynamique commerciale entre ville et bourgs

Favoriser la restauration de l'immobilier ancien dans nos villages

Concilier activités économiques et tourisme : chemins abîmés

Renommée du territoire peu visible en dehors de ce territoire

Ne pas développer la connaissance de notre patrimoine

Oublier les petits villages

Offrir un maillage sur l'ensemble du territoire en matière de tourisme et de commerce

Manque d'information sur les sites touristiques

Jean-Baptiste POULET présente **les premiers enjeux identifiés** et invite les participants à les compléter :

– **Quels sont les enjeux sur la thématique Commerce et tourisme ?**

Limitier le développement du commerce de détail dans les zones commerciales périphériques ?

Maîtriser le commerce

Développer les circuit-courts

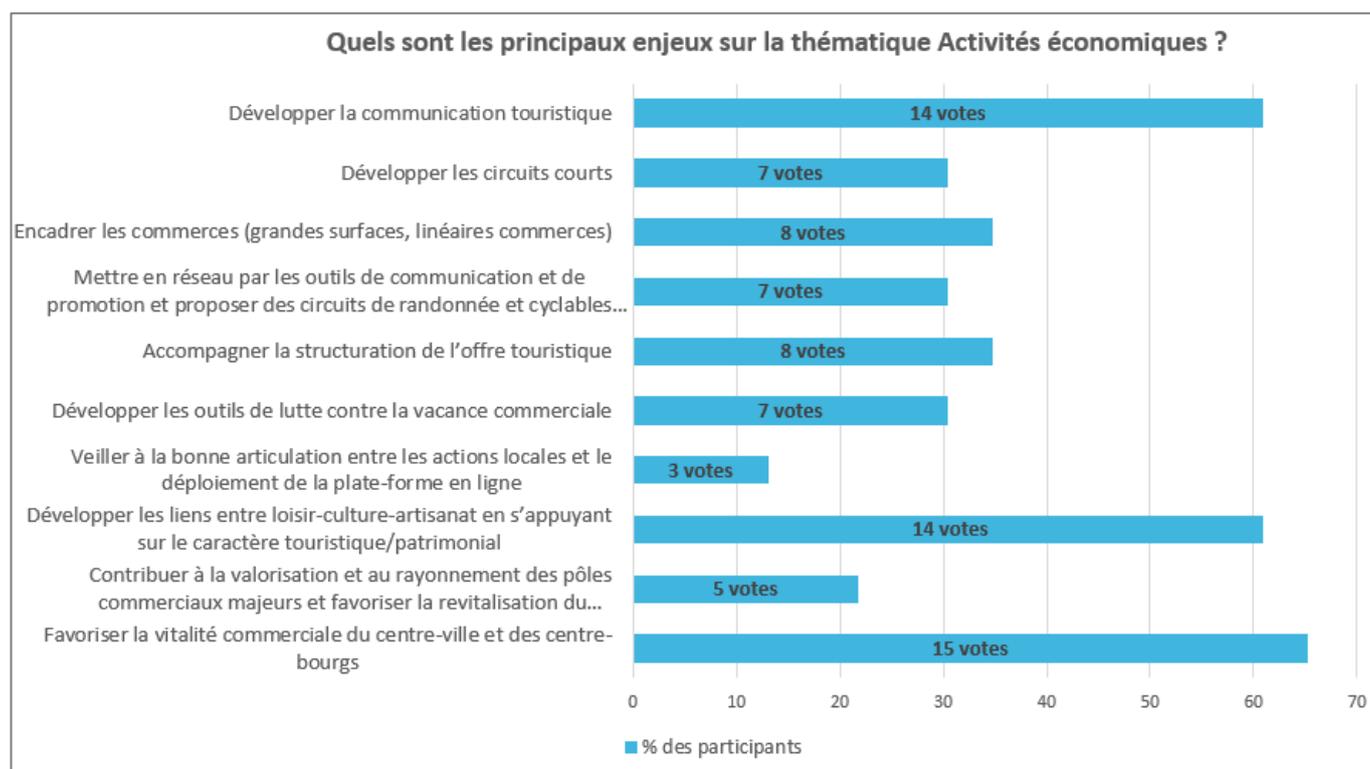
Communiquer et faire connaître notre région

Mettre en place une communication touristique pour attirer des visiteurs.

Plus de convergences sur le territoire (signalétique, actions)

Promouvoir le développement d'une hôtellerie et de restauration de luxe sur le territoire !  
 Offre hôtelière à développer en centre-ville de Château-Thierry et de Fère  
 Mieux exploiter nos sites touristiques  
 Penser à l'offre touristique à la gare de Château pour les touristes indépendants (hors Maison du tourisme)  
 La rivalité commerciale de Reims et Paris  
 Devenir un territoire environnemental exemplaire  
 Accueil de groupes de randonneurs  
 Valoriser prioritairement l'action œnotourisme et développer une synergie d'accompagnement

Les participants sont ensuite invités à choisir les **trois principaux enjeux** parmi la liste composée des enjeux proposés par le bureau d'études, complétée par une synthèse des propositions formulées.



#### Autres interventions :

- La Chambre de Commerce et d'Industrie accompagne les communes qui souhaitent installer de petits commerces et étudier les conditions nécessaires pour que l'activité soit viable (taille des locaux notamment).
- Des actions sont en cours pour favoriser la vitalité commerciale du centre-ville et des centres-bourgs. Mais le maintien des commerces de proximité dépend également des comportements des habitants et des commerçants, et de la position géographique des communes (éloignement de villes plus importantes favorable au maintien de petits commerces). Il est difficile de lutter contre les achats/livraisons sur les grandes plateformes en ligne.
- De nombreuses contributions mettent en exergue l'enjeu du marketing territorial. Cette démarche, qui nécessitait que les grands chantiers comme le projet de territoire Destination 2030 soient menés, va être engagée au cours de l'année.