2E ÉDITION

AttractiCité

Le forum de l'Agence d'Attractivité

Lundi 19 juin 2023
Document de restitution

Agence d'Attractivité **Toulouse**

L'accueil des participants a été assuré par Jean-Claude Dardelet, Adjoint au Maire de Toulouse, Vice-Président de Toulouse Métropole Attractivité, Tourisme, Europe et International et Patrice Falcou, Vice-Président de la CCI Toulouse Haute-Garonne.

Jean-Luc Moudenc, Maire de Toulouse et Président de Toulouse Métropole a proposé une introduction.

L'ATTRACTIVITÉ, UN CERCLE VERTUEUX, UN LEVIER GAGNANT-GAGNANT

Patrice Vassal, Directeur général de l'Agence d'Attractivité, lance cette 2e édition et passe la parole à Jean-Claude Dardelet, Vice-Président de Toulouse Métropole Attractivité, Tourisme, Europe et International, qui après avoir rappelé la qualité des liens noués avec la CCI, revient sur la genèse du forum et explique les raisons de la création, cette année, de la marque AttractiCité.

Un nom voulu pour exprimer le fait que ce qui profite à la qualité de vie des Toulousains bénéficie à l'attractivité de la ville, et vice-versa.

« À chaque fois que nous accueillons une entreprise, nous expliquons qu'à Toulouse elle va trouver des clients, bien sûr, mais aussi des partenaires, des employés, et ce supplément de bien vivre qui fait que les employés resteront, que l'entreprise se développera et que, au niveau de l'économie globale, cela profitera aussi à Toulouse et aux Toulousains. »

Invité à co-ouvrir l'événement, Patrice Falcou, Vice-Président de la CCI Toulouse Haute-Garonne, représente Patrick Piedrafita, Président de la CCI, absent car en déplacement sur le salon du Bourget.

« Nos missions sont totalement complémentaires avec celles de l'Agence d'Attractivité. Nous partageons d'ailleurs nos locaux, ici à la CCI Toulouse Haute-Garonne, ce qui a permis de mettre en place une véritable synergie entre nos équipes et un plan d'actions partagées notamment sur l'implantation d'entreprises, le tourisme et le commerce » détaille-t-il.

« Du point de vue de la stratégie économique stricto sensu, ce que nous développons dans la mise en œuvre de notre feuille de route économique 2026, dont la CCI est partie prenante, c'est soit la création soit la montée en puissance de quatre adresses économiques structurantes. Il s'agit de Montaudran Toulouse Aerospace, site majeur d'innovation scientifique et technologique, de l'Oncopole, site dédié au cancer, du Grand Matabiau, site dédié au numérique puisque nous sommes dans ce domaine le troisième écosystème français en nombre d'emplois et de Francazal, où se préparent les mobilités du futur, innovantes et décarbonées. »

Jean-Luc Moudenc, Maire de Toulouse, Président de Toulouse Métropole.

TABLE RONDE
« ILS ONT CHOISI TOULOUSE ET NOUS DISENT POURQUOI. »

INTERVENANTS

Vincent Ung, co-fondateur et Directeur général CDS

Julien Toulouse, a accompagné Vincent Ung en tant que responsable du développement commercial d'Invest in Toulouse

Emmanuelle Wurffel, spécialiste Support Standardisation 3GPP, entreprise ETSI

Yannick Kerviche, a accompagné Emmanuelle Wurffel en tant que responsable du développement congrès de Toulouse Convention Bureau

Patrice Vassal lance cette table ronde en excusant Jean-François Raudin, Directeur général France d'Air Canada, empêché pour raisons personnelles.

« *Sachez qu'Air Canada a ouvert sa première ligne permanente Montréal-Toulouse le 1er juin, fruit d'un travail collectif de longue haleine. Air Canada a ouvert cette ligne parce qu'il y a eu une valorisation du potentiel touristique pour les voyages et aussi du potentiel pour le fret, donc l'activité économique qui relie les deux destinations.* »

Puis il invite Julien Toulouse et Yannick Kerviche, de l'Agence d'Attractivité, à s'approcher respectivement de Vincent Ung, de la société CDS, et d'Emmanuelle Wurffel, de la société ETSI.

CDS, de « jamais l'Europe ! » à « pourquoi Toulouse ? »

CDS est né en Asie, entre le Japon et Hong Kong. Il y a maintenant un peu plus de deux ans, ses dirigeants ont fait le choix de s'implanter à Toulouse.

CDS est un outil de développement pour les ingénieurs axé sur l'utilisation des pièces mécaniques et qui utilise l'intelligence artificielle. Lors de notre premier échange, vous m'aviez dit au sujet du choix de votre future implantation « *partout en Europe, sauf en France. Et si c'était la France, partout sauf à Toulouse* » rappelle Julien Toulouse. « *C'est vrai qu'au démarrage nous avons beaucoup hésité entre Singapour et la France. Quand nous nous sommes dit que, au final, la France était quand même un bon choix, nous avons hésité entre Sophia Antipolis et Toulouse. Après avoir étudié ce que faisait la ville de Toulouse et tout ce qui bougeait autour de l'activité de la ville, nous avons fait le choix de cette ville merveilleuse et ne le regrettons pas* » détaille le dirigeant. « *C'est une ville où, que ce soit à travers le commerce, les échanges, le business, comme la relation avec les partenaires, il y a beaucoup à faire notamment autour de l'aéro et du spatial, mais pas que. Et c'est une ville qui permet de se déplacer, parce qu'aujourd'hui nous travaillons beaucoup à l'international.* »

« Au démarrage, c'était très efficace de pouvoir se dire que nous avions des start-ups de taille un peu supérieure à la nôtre pour nous soutenir. Nous avons aussi eu l'aide de la Région, de BPI France ou d'autres, qui ont des moyens pour aider les start-ups, et nous mesurons cette volonté à travers la stratégie de Toulouse. »

Vincent Ung, Cofondateur et Directeur général CDS

ETSI, la réactivité de Toulouse a primé

Emmanuelle Wurffel travaille pour European Telecommunications Standards Institute, à Sophia Antipolis. ETSI étudie des standards pour la téléphonie mobile, comme la 5G. Elle organise des congrès pour les ingénieurs en télécommunications dans le monde entier. Après un premier événement organisé à Toulouse en août 2022, elle a renouvelé son choix.

« J'ai eu beaucoup de problèmes dans l'organisation de réunions en France… Donc, en général, je choisis un autre pays d'Europe. Et puis, je me suis dit "Pourquoi pas ?". J'ai alors découvert Toulouse et le Centre Pierre Baudis où, en août 2022, nous devions organiser notre première réunion de formalisation post-pandémie, avec cinq groupes. Un seul s'est finalement tenu, avec 500 personnes mais cela nous a convaincu. Et nous avons alors commencé à construire une histoire d'amour avec Toulouse. »

Changement d'échelle avec la Mega Team, 3 000 personnes, événement phare d'ETSI, généralement organisé aux USA ou en Asie, deux destinations alors fermées en raison des suites de la Covid. « *Avec l'équipe de GL Events, je me suis dit : "j'ai un dossier, j'ai 39 salles de réunion, 3 000 personnes, deux mois pour le construire." Nous avons réussi à présenter le MEETT et à construire cet événement en à peine une semaine, en faisant des plans, en trouvant tout ce qu'il fallait pour accueillir les participants… Les Américains m'ont dit : "mais comment fais-tu pour que Toulouse réagisse si vite ?" La fréquence du tram n'était pas ce que nous souhaitions ? Il en a été ajouté pour nous !* » Août 2023 verra à nouveau Emmanuelle Wurffel investir le MEETT avec environ 2 000 personnes.

Patrice Vassal clôt cette table ronde. « *Merci beaucoup pour vos témoignages. L'Agence d'attractivité travaille à mettre de l'huile dans les rouages afin que tous les acteurs locaux se parlent. Je suis donc ravi d'entendre ces témoignages qui montrent que lorsque ces derniers se mettent en ordre de bataille pour remporter des victoires, cela fonctionne !* »

INTERVENANT

Guillaume Ajavon, Directeur Espaces Publics Toulouse centre et cœurs de quartier

LES GRANDS PROJETS DU CENTRE-VILLE

Patrice Vassal invite Guillaume Ajavon à venir au micro pour expliquer comment et pourquoi le visage de Toulouse et de ses quartiers évolue, en commençant par évoquer les aménagements estivaux et en élargissant ensuite à l'horizon 2/3 ans.

Celui-ci rappelle, plan à l'appui, l'une des spécificités de ce grand centre historique et explique que le périmètre sur lequel travaillent les équipes de la mairie fait 630 hectares et correspond à peu près à la ville telle qu'elle était au XVIIe siècle. « *Toulouse n'a pas été bombardé pendant la Deuxième Guerre mondiale. Du coup, nous avons un bâti qui est très resserré, qui est un bâti médiéval avec d'anciens éléments qui montrent que la ville a évolué. Deux points sont importants à Toulouse : un tissu très dense et une place de la voiture qui est très importante* » pose-t-il en préambule. Le recul du tout-voiture, schéma dominant des années soixante et soixante-dix, et l'apaisement du centre-ville via la réappropriation de l'espace public par les piétons et les mobilités douces est l'objectif poursuivi par toutes les métropoles dans le monde.

Adapter la ville aux nouveaux usages et aux enjeux de demain

Le principe est de conserver l'identité et les atouts de Toulouse, mais de les adapter aux usages contemporains tout en anticipant les défis à venir. « *Souvent, les habitants nous disent "mais pourquoi est-ce que vous faites ces aménagements ?". Pour avoir une vue simple de nos objectifs, le premier est plus de végétation, plus de modes doux puisque, comme je l'ai montré tout à l'heure, nous avons une présence de la nature qui était très importante. Donc aujourd'hui, nous essayons de faire plus de place aux piétons et aux vélos, plus de lien vers la Garonne et le canal du Midi, car nous nous en sommes détournés au fil du temps. Aménagement du parvis de la gare de Matabiau, du quai Lombard et des quais de Garonne jusqu'au Pont St Michel, aménagement du quai Viguerie, rue des Lois, allées Jean-Jaurès, opérations en cours sur l'axe rue de Metz/Saint Cyprien et sur la Grand-Rue St Michel ou sur la Rue Croix-Baragnon… Tous ces sites concrétisent la volonté d'accélérer l'évolution des usages et l'émergence d'un espace public plus serein, plus sain, plus sûr. La Place du Salin illustre vraiment les objectifs que nous avons avec une ville moins minérale, plus de place pour les terrasses, un peu moins de stationnements et des espaces qui respirent. Le tout en maintenant l'attractivité commerciale du centre-ville.* »

Booster le commerce, baisser les températures

Toulouse est une des rares villes où la force commerciale du centre-ville reste en compétition face aux grandes surfaces en périphérie.

« Pour nous, c'est important dans notre travail de faire en sorte que le centre-ville reste toujours attractif et que nous ayons toujours beaucoup de commerces au centre-ville. »

Le sujet de l'adaptation de la ville au réchauffement est un fil conducteur car le centre historique est situé en plein cœur de l'îlot de chaleur. « *Sur les zones rouges, l'été dernier nous avons constaté 8°C de plus que dans les zones qui sont vertes à l'extérieur de la ville. Une anecdote : lors de la piétonnisation et de la décoration du pont Saint-Pierre pour l'été 2022, opération reconduite cette année, nous avons relevé quasiment 10°C de différence entre les endroits peints en blanc ou en orange et le bitume brut. Cela nous a donné des idées pour les travaux et les nouveaux aménagements puisque ce sera un des objectifs, faire baisser les températures des surfaces un peu partout dans la ville.* » conclut-il. L'ensemble de ces travaux renforcent à terme la qualité de vie des Toulousains et l'image de Toulouse pour les visiteurs, touristes… Ils illustrent ainsi parfaitement le concept au cœur du Forum Attracticité.

Pour découvrir l'intégralité de la présentation, c'est ici.

INTERVENANT

Ludovic Dublanchet, expert en tourisme et consultant e-tourisme

LES GRANDES ÉVOLUTIONS DU TOURISME DE LOISIRS

Patrice Vassal invite Ludovic Dublanchet à expliquer ce qui change dans le tourisme et quelles seront les évolutions structurantes des années à venir.

« *Je vais commencer en étant très négatif : le tourisme a aujourd'hui mauvaise presse. Selon l'ADEME, il est responsable de 11 % des émissions des gaz à effet de serre alors qu'il ne génère que 7,4 % du PIB. En fait, plus des trois quarts de ces émissions proviennent de la mobilité, des transports, près de la moitié des transports en avion. Toulouse a donc bien raison de travailler sur la mobilité parce que le tourisme va en avoir besoin pour devenir plus vertueux.* »

Parmi les axes d'améliorations figure la gestion des conflits d'usage dont les médias font régulièrement état. L'expression recouvre des antagonismes entre résidents et visiteurs dus à ce qui est perçu par les premiers comme une surpression touristique.
« *On en parle beaucoup à Barcelone, Amsterdam, Venise, Dubrovnik ou des sites naturels comme les Calanques de Marseille… Nous parlons aujourd'hui de démarketing pour désigner les pratiques visant à freiner la fréquentation. Il va falloir être plus à l'écoute des besoins des différents acteurs présents sur le territoire et notamment les habitants. Certaines destinations réfléchissent donc à la fin du tourisme tel que nous le connaissons où l'on vient faire un selfie devant tel monument, telle plage ou telle montagne. Copenhague a été précurseur et a "re-axé" son tourisme sur les échanges avec les habitants et leur mode de vie. À Vienne, il y a toute une communication sur le thème "arrêtez de prendre des photos, découvrez Vienne pas #Vienne."* »

La réflexion est d'autant plus d'actualité que l'urgence environnementale est là et que le secteur a quasiment retrouvé son activité d'avant Covid.

« Et que Chinois et Indiens, qui représentent presque la moitié de la population mondiale, ont les moyens et le souhait de découvrir le monde et qu'il sera dur de leur dire "vous ne pouvez pas faire comme nous avons fait car ce n'est pas bon pour la planète". Alors, comment aller vers plus de durable ? »

De plus en plus de plateformes intègrent des critères d'écoresponsabilité permettant au touriste de choisir sa destination et son organisation, d'atténuer l'impact de son voyage (GreenGo, Vaovert…).
La prise de conscience actuelle impose une totale cohérence entre la promesse et les faits au risque d'être accusé de greenwashing.

« Une destination ne peut continuer à s'enorgueillir de l'ouverture de nouvelles destinations aériennes et, en même temps, dire qu'elle veut des clientèles qui fassent moins de kilomètres pour venir. Il va falloir communiquer, bien communiquer, pour être transparent, expliquer ce que nous faisons, comment et pourquoi nous le faisons et à quel point nous sommes alignés par rapport aux convictions que nous voulons afficher. »

La technologie peut-elle jouer un rôle dans l'avènement d'un tourisme 3.0 ? « *Nous voyons bien qu'il y a une potentialité, notamment dans l'immersif, le virtuel, la réalité augmentée… Faire découvrir Toulouse à un investisseur, à un créateur d'événements, à un touriste à travers des outils comme cela, nous sentons bien qu'il y a une potentialité qui peut être très, très forte pour les séduire et aller un petit peu plus loin.* » Et cela réduit l'empreinte carbone d'un voyage de repérage traditionnel.

La gestion de la chaleur s'annonce cruciale car certains signaux faibles pourraient annoncer la fin de l'héliotropisme. « *Le Pas-de-Calais est aujourd'hui le département qui enregistre le plus grand nombre de réservations pour cet été sur les grandes plateformes d'hébergement. Il semblerait également que les Hollandais traversent un petit peu moins l'Europe et retournent un petit peu plus vers la mer du Nord.* »

Et Ludovic Dublanchet de conclure. « *Les acteurs du tourisme créent des souvenirs mémorables donc il y a vraiment quelque chose à faire de sympa, tous ensemble, parce que cela profite à tous les secteurs et tous ceux qui travaillent dans la ville.* » Patrice Vassal termine en indiquant que « *la mutation qui s'opère finalement est liée au fait qu'un touriste qui s'intéresse à une destination veut vivre des expériences, créer des souvenirs mémorables… Et quand il vient spécifiquement à Toulouse, il veut vivre comme un Toulousain donc autant faire que ce Toulousain soit un Toulousain heureux !* »

« C'est à chacun d'entre nous d'être les meilleurs ambassadeurs de la ville : nous avons tous un rôle à jouer et cette responsabilité d'envoyer les meilleurs messages, les propos les plus positifs. Nous avons tous le devoir d'être accueillants. La Coupe du Monde de rugby, en septembre, va être une formidable opportunité d'échanges entre cultures avec quelques dizaines de milliers de visiteurs à Toulouse pendant quelques semaines. Nous en sommes ravis et sommes TOUS ambassadeurs et acteurs de la réussite de cet événement. Un grand merci et à très vite. »

Jean-Claude Dardelet, Adjoint au Maire de Toulouse, Vice-Président de Toulouse Métropole Attractivité, Tourisme, Europe et International