

VISITE DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE NUREMBERG

26 ET 27 NOVEMBRE 2018

Décembre 2018

ANIMATION I Compte-rendu



SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	3
Qu'est-ce qu'une région métropolitaine ?	5
Comment fonctionne la région métropolitaine de Nuremberg ?	6
Que disent les régions métropolitaines des convergences et différences culturelles entre l'Allemagne et la France ?	8
Quelle est la stratégie de développement économique de la région métropolitaine de Nuremberg ?	9
Que fait la région métropolitaine de Nuremberg pour le développement de la filière sport ?	10
Qu'est-ce que la Medical Valley ?	11
Quelle est l'action de la région métropolitaine de Nuremberg dans le domaine de la culture ?	12
Que fait la région métropolitaine de Nuremberg dans les domaines de l'énergie et du climat ?	13
Quels enseignements tirer de ce voyage pour l'Ouest breton ?	14
Ont participé à ce voyage d'étude	15
Pour aller plus loin	15

AVANT-PROPOS



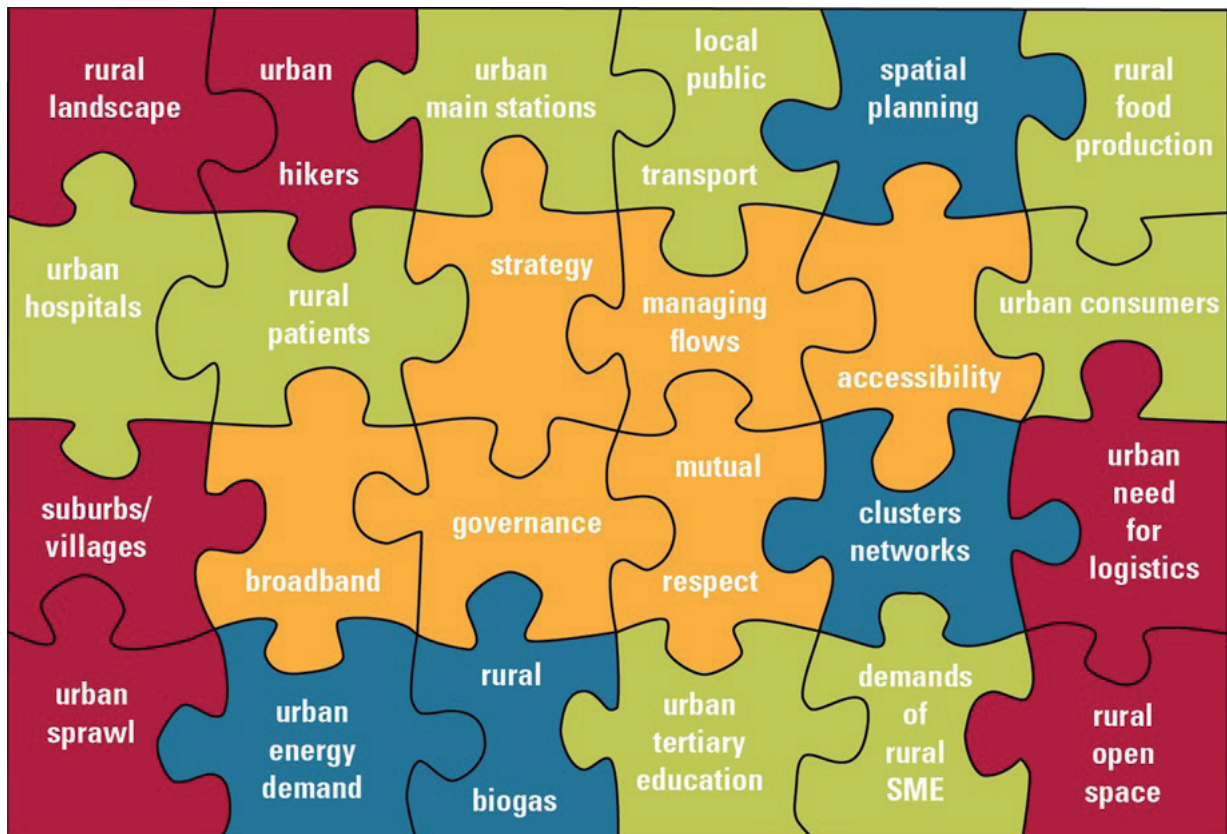
Les 19 et 20 octobre 2017, le pôle métropolitain Loire-Bretagne a organisé une journée scientifique puis un colloque sur le thème de « l'alliance des territoires ». Lors de la journée scientifique, Rupert Kawka, du service fédéral chargé de l'aménagement du territoire, a présenté comment des unions entre métropoles, villes intermédiaires et territoires ruraux ont émergé en Allemagne. Ces coopérations se sont structurées au sein d'ensemble appelés « régions métropolitaines ». Lors du colloque, Christa Standecker, directrice de la région métropolitaine de Nuremberg, a présenté son expérience.

Ces deux présentations entraînent en résonance avec la dynamique de coopération existant à la pointe bretonne. Elles laissent particulièrement entrevoir des pistes pour renouveler l'approche des coopérations développées de façon bilatérale dans le cadre des deux ententes et du contrat de réciprocité réunissant Brest métropole, Quimper Bretagne Occidentale, Morlaix communauté, Lannion Trégor communauté et le Pays du Centre Ouest Bretagne.

Le président de l'ADEUPa a donc proposé aux présidents et directeurs généraux de ces collectivités d'organiser un voyage d'étude à Nuremberg. Cette proposition a été reçue positivement et le voyage a été programmé les 26 et 27 novembre 2018. Une contrainte d'agenda ultérieure a toutefois empêché la participation des représentants quimpérois.

Le présent document rend compte de cette visite pour en partager les enseignements. Et pour identifier des pistes d'action de nature à renforcer la dynamique de coopération entre la métropole, les villes et les territoires ruraux de l'Ouest breton.

Illustration des complémentarités ville-campagne à cultiver



Qu'est-ce qu'une région métropolitaine ?

Mme Christa Standecker

Directrice de la région métropolitaine

Europäische Metropolregion Nürnberg

Fläche	21.800 km ² (2016)
Einwohner	3,5 Mio. (2016)
Erwerbstätige	1,9 Mio. (2014)
BIP	129 Mrd. € (2014)
Exportquote	47 % (2015)
Erreichbarkeit Radius 200 km	27 Mio. Menschen



Jetzt online entdecken

www.metropolregion.nuernberg.de

En Allemagne, il existe 12 régions métropolitaines. Elles correspondent à des régions fonctionnelles, c'est-à-dire à un ensemble de territoires qui interagissent sur le plan économique ou socio-culturel¹. La région métropolitaine de Nuremberg est majoritairement en Bavière, mais elle déborde aussi un peu sur le Land de Thuringe.

L'origine de la démarche date d'après la réunification. L'État fédéral a fait le constat d'une organisation polycentrique de l'Allemagne et de la nécessité d'une adaptation de l'organisation territoriale pour valoriser les gisements de croissance. Il a donc décidé de lancer la mise en place des régions métropolitaines allemandes. Pour cela, il a produit un schéma d'orientation sur

les contours de ces régions fonctionnelles, sans se mêler de leur organisation précise. Il a renvoyé aux collectivités locales la définition du contenu, des limites de leur coopération. La carte des régions métropolitaines a ainsi été bâtie sur la base de propositions des ministres des Länder auprès du gouvernement fédéral. Il n'était initialement pas évident que Nuremberg soit une région métropolitaine : il a fallu convaincre Berlin, Munich... Les régions métropolitaines d'aujourd'hui résultent de cette approche fédérale.

La région métropolitaine de Nuremberg compte 3,5 millions d'habitants sur 21 800 km². Son produit intérieur brut est de 134 Mds €, réalisé à 50% à l'export. Elle couvre 600 communes, 23 arrondissements ruraux et 11 villes indépendantes. La région métropolitaine a été créée à l'invitation du maire de Nuremberg, dans le dialogue avec les arrondissements et les villes

voisines. L'intégration des entreprises est venue après, à partir d'une association ancienne qui a progressivement convergé avec l'association des collectivités. Les entreprises de l'association sont à la fois des entreprises qui ont leur siège localement, mais aussi des entreprises qui ont des filiales ou des établissements locaux.

La région métropolitaine de Nuremberg se compose, en pratique, de deux associations qui fonctionnent ensemble :

- la première réunit 23 arrondissements ruraux + 11 villes ;
- la seconde réunit 170 entreprises.

Mme Standecker dirige les deux.

1. En France on les qualifierait techniquement de système territorial au regard des travaux du CGET.

Comment fonctionne la région métropolitaine de Nuremberg ?

Dr. Prf. Klaus L Wübbenhorst,

Maire de Bamberg et président de la région métropolitaine de Nürnberg



Le maire-président² reçoit la délégation à l'ancien hôtel de ville de Bamberg, ville classée au patrimoine mondial de l'Unesco.

Les 12 régions métropolitaines allemandes ont pour but de mettre en valeur leur territoire. L'objectif est de grouper les forces des communes, des arrondissements, avec la conviction que l'ensemble est plus fort que chacun séparément.

La région métropolitaine de Nuremberg a pour caractéristique d'être polycentrique : elle n'a pas à proprement parler de centre, même si Nuremberg est clairement la plus grosse ville. C'est cet ensemble qui fait métropole : c'est un réseau de coopération. Au contraire d'une méga-cité ou tout serait concentré, c'est un espace de partenariat ville-campagne où les uns dépendent des autres.

La région métropolitaine essaie de conjuguer les forces du territoire autour de différentes thématiques :

- la culture de l'accueil, de la qualité de vie pour donner envie de venir vivre sur le territoire ;
- les services aux familles, pour attirer en

2. La présidence est assurée de façon tournante par les différentes collectivités membres, par période de 3 ans.

particulier les personnes qualifiées, en veillant particulièrement à l'accueil des femmes ;

- le renforcement des domaines d'excellence économique, notamment dans le médical et l'industrie automobile ;
- l'organisation de la mobilité, pour lier les différents endroits.

Un principe fondamental de cette coopération réside dans le fait que chaque territoire regarde les autres sur un pied d'égalité. Chaque maire, chaque territoire compte pour une voix dans le conseil. Et pour construire la confiance, le conseil s'efforce de toujours parler d'une seule voix, de trouver des accords. Chaque commune peut choisir d'adhérer ou non à la région métropolitaine : cette liberté est très importante.

Un des points importants réside également dans le lien entre politique et économie. L'organisation de la région-métropolitaine ressemble à un voilier :

- la voile rouge représente la politique : il y a un conseil de la région métropolitaine de 57 membres, qui désigne trois représentants (présidents) de la région ;
- la voile bleue est organisée sur le même principe et représente l'économie. Y sont réunies les différentes entreprises, réunies en fédération, qui désignent aussi trois représentants.

Les 3 représentants politiques et les 3 représentants économiques forment l'exécutif de la région métropolitaine ; ils coordonnent l'action de la région métropolitaine. Ce sont toutefois les élus qui ont la primauté dans la décision.

Différents groupes thématiques sont également mis en place, et dans chaque groupe il y a un représentant politique et un représentant technique.

Les groupes travaillent sur :

- l'économie ;
- la science ;
- les transports et la planification ;
- la culture ;
- le sport ;
- l'habitat (heimat) ;
- le marketing ;
- la protection du climat et l'environnement.

Ils développent des projets qui sont ensuite financés par la région métropolitaine.

La région métropolitaine a un budget de 2,8 M€/an. Elle est financée à 1/3 par l'adhésion des communes, 1/3 par les entreprises, 1/3 par le financement de projets par l'Europe ou la fédération allemande.

La région métropolitaine est d'abord un lieu d'interconnaissance, d'émergence de projet. C'est une plateforme de coopération dans le domaine économique, des transports, de la culture, de l'aménagement du territoire, etc.

La région métropolitaine de Nuremberg a par exemple organisé récemment un congrès sur les mobilités, où des personnalités politiques et des représentants de l'économie ont mis en avant des réalisations concrètes pour améliorer la mobilité au sein de la région. Il y a aussi eu la mise en place d'un seul ticket de déplacement sur l'ensemble des réseaux de transport de la région métropolitaine. Ce réseau forme le 2ème plus grand réseau de transport public en Allemagne. Bien que la région métropolitaine ne porte pas l'exploitation du réseau de transport, c'est elle qui a suscité la coopération. Et ce sont principalement les territoires les plus éloignés qui sont intéressés pour rejoindre le réseau, car ils veulent développer le tourisme, permettre aux citoyens de venir voir leur ville ou leur village le week-end... Ça marche et du coup, les gens découvrent le territoire, plutôt que partir, par exemple, en week-end ou en vacances dans les Alpes.

La région a également porté un projet qui concerne plus particulièrement le milieu rural : « Original regional ». Il s'agit de mieux faire connaître les produits agricoles locaux : 1 500 producteurs locaux sont rassemblés dans un réseau, et des événements sont organisés qui sont un support marketing pour le développement de ces producteurs. Il existe deux événements majeurs : le marché

de Noël de Nürnberg (2 millions de visiteurs), et le salon Consumenta (180 000 visiteurs). En complément, la région métropolitaine organise actuellement un concours des spécialités régionales pour les rendre plus connues : c'est un exemple typique de coopération entre la ville et le milieu rural, autour notamment du marketing.

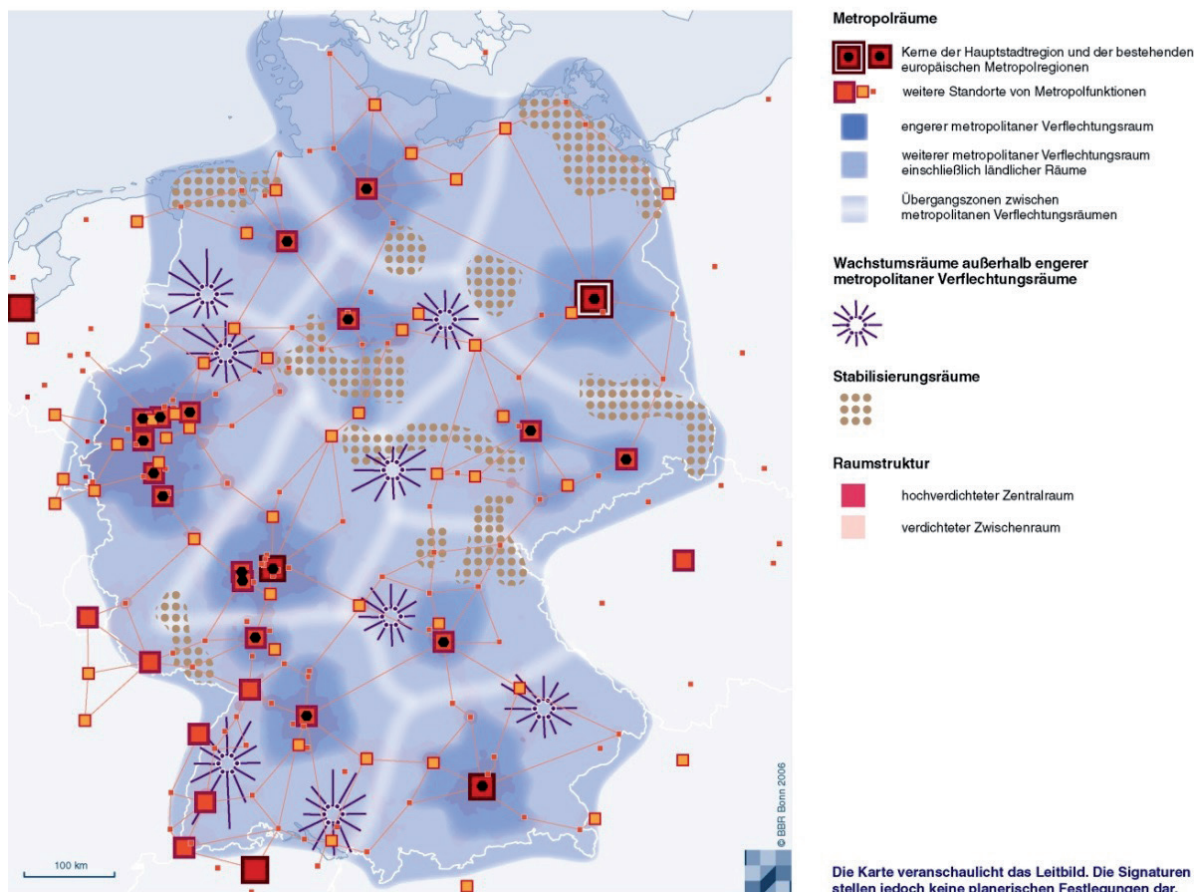
En termes de coopération avec les acteurs économiques, la région métropolitaine peut s'appuyer sur des entreprises globales qui sont implantées sur le territoire (Adidas,

Siemens...). Elles investissent de fait beaucoup dans le territoire, tout en ayant une stratégie globale... La région-métropole est importante pour elles pour accompagner leur stratégie de recrutement et montrer aux cadres étrangers que la région est attractive, dynamique, et qu'elle propose une offre de culture, d'habitat, un cadre de vie de qualité... La région-métropolitaine compte aussi quelques leaders mondiaux qui sont peu connus (par ex. Kurz fabrique les filins métalliques insérés dans les billets). Le groupement d'entreprises de la

région métropolitaine réunit ainsi des grandes et des petites entreprises. Et la chambre des industries est un partenaire important pour convaincre les entreprises de s'impliquer.

La région métropolitaine de Nürnberg a été créée avec l'accord du Land de Bavière ; donc sur le papier au moins, il la soutient. Mais il y a peut-être une certaine méfiance du Land, car ce Land est très centralisé par rapport à d'autres et donc il peut craindre que les régions métropolitaines finissent par représenter une forme de concurrence politique.

Schéma concept "croissance et innovation" à partir duquel les régions métropolitaines ont été créées



Die Karte veranschaulicht das Leitbild. Die Signaturen stellen jedoch keine planerischen Festlegungen dar.

Que disent les régions métropolitaines des convergences et différences culturelles entre l'Allemagne et la France ?

Prof Dr Günther Ammon

Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg

Une approche culturelle est utile pour comprendre le fonctionnement de l'économie et de la politique en Allemagne. En partant de questions très simples.

Où sommes-nous ?

Nous sommes en Bavière qui présente une unité politique : c'est un état dans la fédération, avec une culture centralisatrice.

Nous sommes aussi en Franconie, qui est une subdivision administrative de la Bavière. La Franconie regroupe trois arrondissements, mais c'est d'abord une unité culturelle plus que politique.

Nous sommes à Nuremberg, qui est une ville d'empire libre dans le cadre du Saint-Empire Romain. Elle avait un territoire très étendu (le plus vaste des villes d'empire en Allemagne). Et donc la relation ville-campagne existait déjà il y a 5 siècles à une échelle qui peut ressembler approximativement au périmètre aujourd'hui de la région métropole.

Comment fonctionnons-nous ?

Le fédéralisme : c'est le contraire du centralisme français, qui se traduit :

- d'abord par une diversité culturelle ;
- par la diversité économique : toutes les entreprises et tous les centres de décision ne sont pas à Berlin, ni tous à Munich, ni tous à Nuremberg... Würth est à Künzelsau, Faber-Castell, Staedler, Schwan Stabilo sont à Nuremberg... ;
- par un pouvoir de l'état qui est réparti sur le territoire.

La subsidiarité :

- une décision doit être prise par le plus petit échelon territorial compétent.

La coopération et la concurrence :

- le principe d'allier coopération et compétition est aujourd'hui à la mode dans le management, la réflexion économique et politique. Il est au cœur du fédéralisme depuis toujours.

Il est donc possible de regarder rapidement les organisations allemandes et françaises comme suit :

Allemagne

État fédéral
Régions fortes
Du bas vers le haut
Subsidiarité
Pôles métropolitains

France

État-nation centraliste
Régions faibles
De haut vers le bas
Subsidiarité (plutôt Europe -> Etat qu'aux échelons infras)
Pôles métropolitains / pôles territoriaux

À la base, il y a dans les deux cas des pôles métropolitains (ou territoriaux) mais que nous ne vivons pas pareil car nous n'avons pas la même culture. Pour Nuremberg, les mots clés sont le polycentrisme, un réseau avec beaucoup de nœuds ouverts vers l'extérieur, un vrai partenariat entre les maires et le Landrâte (conseil régional), entre politique et économie, entre ville et campagne. L'ensemble s'appuyant sur une forte culture du consensus et de l'égalité que traduit le principe "un homme une voix."

Quelle est la stratégie de développement économique de la région métropolitaine de Nuremberg ?

Dr. Udo Raab

Directeur politique de localisation et gestion des entreprises, CCI de la moyenne Franconie

Les CCI sont des établissements de droit public, regroupant des entreprises, avec une gestion autonome très proche des CCI françaises. La CCI de Nuremberg (Franconie centrale - territoire de 1,7 millions d'habitants, 1 million d'actifs, PIB de 70 Mds €) compte 145 000 adhérents, 210 employés, 7 services, 10 000 entrepreneurs et cadres supérieurs engagés bénévolement. 4 implantations territoriales. Elle porte notamment la mission de formation professionnelle en alternance (il manque d'apprentis, taux de chômage des jeunes de 6%).

La région métropolitaine de Nuremberg est championne d'Allemagne en termes de croissance du PIB (+25% entre 2015 et 2012). Le territoire a connu une croissance de 50 000 habitants sur la période et de 200 000 emplois (le taux de chômage est aujourd'hui de 3%). Les revenus des ménages y sont supérieurs de 10% au revenu moyen des Allemands.

La région métropolitaine accueille 9 grandes écoles et 20 universités. En termes d'accessibilité, elle dispose d'un aéroport international, d'un positionnement central en Europe par le réseau ferroviaire, par le réseau autoroutier en étoile, par un port fluvial situé à la jonction des connexions entre mer du Nord et mer Noire. Elle enregistre 8,1 millions nuitées touristiques par an (durée moyenne de séjour = 2 nuits) et 2 millions de visiteurs au marché de Noël. La région de Nürnberg a une grande tradition d'innovation technique. Elle accueille 172 foires-expos-congrès nationaux et internationaux par an, 32 000 exposants (41% étrangers). Sur la proposition de Siemens, Nürnberg a développé un jumelage avec Shenzhen.

La force du territoire est double : l'innovation et l'internationalisation, ce qui a permis au territoire de changer en 30 ans sa structure économique, passant de 60% d'industrie et 40% de services à 70% de services et 30% d'industrie. Elle peut s'appuyer sur quelques grandes entreprises mondiales. Considérant que la région métropolitaine ne peut pas être bonne dans tous les domaines, elle s'est dotée d'une stratégie visant à consolider ses points forts (un modèle pour une croissance soutenable). Cette stratégie

doit servir de boussole commune, préciser le positionnement du territoire en termes de communication et de marketing, et permettre d'agir en réseau. Cette stratégie a pour la première fois été formulée à la fin des années 90 par Nuremberg et elle a été progressivement élargie et révisée pour devenir la stratégie de la région métropolitaine. Gérer cet élargissement n'a pas été facile car chaque territoire cherche sa part de visibilité, et les jouets ne sont par exemple pas mis en avant dans la stratégie malgré la présence de Playmobil sur le territoire : ce choix s'explique par le fait qu'il n'y a pas de dynamique de cluster autour du jouet, mais ce n'est pas évident à faire comprendre.

La stratégie 2016, qui est de même inspiration que la S3 européenne, met particulièrement en exergue 4 thèmes pour lesquels le territoire réunit à la fois des compétences fortes, un effet réseau entre entreprises et universités, et des promesses de croissance. Ces quatre thèmes sont :

- les mobilités intelligentes,
- la production connectée,
- les systèmes énergétiques soutenable,
- l'économie numérique dans le domaine de la santé.

L'accent est clairement mis sur l'effet cluster, en changeant aussi l'approche de ce à quoi doit servir l'innovation économique (ce n'est plus simplement l'innovation pour l'innovation). Le parti pris de la nouvelle stratégie, c'est répondre aux défis sociaux et technologiques de demain.

Cette stratégie de la région métropolitaine tient compte des orientations définies au niveau fédéral et au niveau du Land de Bavière, mais elle traduit fondamentalement la vision des acteurs locaux. Sur la base d'une confiance très forte des acteurs locaux dans leur capacité à savoir ce qui est bon pour le territoire et à le mettre en œuvre.

Aujourd'hui, Nuremberg est la ville la plus attractive d'Allemagne et placée au 2^{ème} rang mondial sur un panel de 200 villes mondiales en termes de qualité de vie. Mais c'est réellement le résultat d'un travail à l'échelle de la région métropolitaine de Nuremberg, pas de la seule ville de Nürnberg. C'est le fait d'un fort travail en réseau de 35 collectivités, avec les entreprises et les universités. Et même si certaines parties de la région métropolitaine perdent de la population, c'est l'ensemble qui gagne. Et le rapport entre coût de la vie et qualité de la vie est probablement maximal dans les zones rurales.

La région métropolitaine de Nuremberg est championne d'Allemagne en termes de croissance du PIB Le territoire a connu une croissance de 50 000 habitants sur la période et de 200 000 emplois

Que fait la région métropolitaine de Nuremberg pour le développement de la filière sport ?

Dr. Geman Hacker

Maire de Herzogenaurach, porte-parole du Forum sport

Herzogenaurach est, avec 23 800 habitants (dont 3 800 étrangers de 100 nationalités), la principale commune de l'arrondissement de Erlangen-Höchstädt, à environ 25 km au Nord de Nuremberg. La commune est porteuse d'excellence dans la technologie du sport, avec Adidas, Puma, Schaeffler... Elle a besoin de la région métropolitaine pour être visible à l'international.

Le groupe Schaeffler produit des pièces mécaniques et électroniques pour l'Airbus, les voitures, les formules 1 avec 90 000 employés (dont 10 000 localement), 170 implantations dans 50 pays, il reste un groupe familial.

Adidas et Puma ont également leur origine dans la commune, où elles conservent leur siège. Adidas est aujourd'hui un groupe centenaire qui a 57 000 employés dans 160 pays. Elle développe ses activités sur un site de 105 ha qui est une ancienne base militaire reconvertie dans les activités civiles par Adidas (l'investissement a représenté 350 millions d'euros, incluant y compris un centre de congrès).

Herzogenaurach a pour particularité d'avoir plus d'emplois que d'habitants, avec 23 900 emplois réguliers (seulement 200 chômeurs), 18 900 navetteurs entrants et 5 400 navetteurs sortant de la commune, ce qui pose d'importantes questions d'organisation des déplacements d'autant que le nombre d'emplois augmente rapidement ces dernières années.

Compte tenu de la situation de plein emploi et de la recherche de profils qualifiés par les entreprises implantées sur le territoire, il y a un enjeu majeur d'attractivité et de capacité à accueillir ces nouveaux habitants en termes d'habitat, de mobilité... Des efforts importants sont donc engagés pour connecter la commune au reste du territoire de la région métropolitaine,

que ce soit en voiture, en tram, en bus, en pistes cyclables. La maîtrise des prix de l'immobilier est, dans ce contexte, également un enjeu au regard de la tension sur le marché de l'habitat.

Les entreprises du territoire ne participent pas directement aux financements des travaux d'investissement dans les infrastructures, mais elles paient bien entendu des taxes. Et elles participent au financement des abonnements de transport de leurs employés, opèrent directement certaines lignes de bus pour leur propre compte (plus d'une quarantaine pour Adidas), proposent des services de crèche (200 places). La commune est ainsi en mesure de répondre à 83% des demandes d'accueil pour les enfants. Le maire indique également que la commune possède son propre réseau câblé de télévision : elle est ainsi devenue l'opérateur majoritaire de son territoire en termes de communications numériques et cette activité lui rapporte des revenus très importants, avec environ 90% de marge.

Herzogenaurach a pour particularité d'avoir plus d'emplois que d'habitants, avec 23 900 emplois réguliers (seulement 200 chômeurs), 18 900 navetteurs entrants et 5 400 navetteurs sortant de la commune



23 800 habitants



23 900 emplois

GRUPE SCHÄEFFLER



90 000
employés
(10 000 localement)



170
implantations dans
50 pays

ADIDAS



57 000
employés dans **160** pays

Qu'est-ce que la Medical Valley ?

Jörg Trinkwalter

Membre de la direction générale du Médical Valley

Les applications du numérique dans le domaine de la santé représentent un marché énorme, avec un potentiel de croissance phénoménal (61 milliards \$ en 2013, 233 milliards \$ projeté en 2020). Pour cela, il faut conjuguer innovation et industrie. Et la région de Nuremberg a des atouts : 500 entreprises, un centre hospitalier et universitaire, 80 instituts de recherche, 20 institutions non universitaires (de type incubateurs, etc.). La présence de Siemens, qui est l'acteur dominant du territoire, s'accompagne de la présence de très nombreuses PME actives dans une diversité d'applications médicales.

En 2007, la région métropolitaine a décidé de structurer une plate-forme associative pour exploiter et rendre plus visible sous une marque commune le potentiel et les compétences économiques du territoire : c'est la Medical Valley, qui regroupe plus de 270 acteurs de la filière. Son activité s'organise selon 4 axes :

- renforcement du lien formation-innovation : par exemple par l'organisation de hackathons (le plus gros a réuni 200 participants et le dernier a porté sur la santé en milieu rural),
- recherche et innovation : la medical valley gère les crédits délégués par le Land de Bavière qui concernent les MedTech et Digital Health, elle est partie prenante dans des programmes de recherche nationaux et dans le programme H2020. La Medical Valley a ainsi réussi à capter 150 millions d'euros en soutien aux projets locaux. Elle participe aussi au fonctionnement d'une plateforme d'innovation qui associe un espace de co-innovation, un fablab, une plateforme de données médicales, et le financement de postes d'enseignants dans des domaines ciblés. L'innovation est à présent orientée utilisateur et bien-être, en pensant des solutions de santé intégrées, et non plus seulement appréhendées par la seule innovation technique.
- soutien à la création d'entreprises (start-up), avec la mise en place d'appels à projet « pre-seed » pour financer jusqu'à 500 000 € des chercheurs qui présentent une idée ou un concept : ils ont ensuite 2 ans pour essayer de le développer. Si la start-up est créée, elles sont incubées dans les locaux de la Medical Valley où elles sont accompagnées

par l'ensemble des services utiles à leur développement (système d'information, coaching...). Un 2^{ème} incubateur sera inauguré l'an prochain à Bamberg.

- amélioration des infrastructures de recherche : la Medical Valley formule des conseils auprès des acteurs clés sur les besoins d'infrastructures, mais aussi sur les questions juridiques, les systèmes d'information, la gestion des données... Elle explore par exemple la possibilité de créer un dossier médical numérique pour les patients.

La Medical Valley explore aussi la possibilité de structurer un fond d'investissement. Et elle se rapproche de l'industrie automobile qui s'intéresse à la question des services médicaux dans les véhicules, en particulier les véhicules autonomes.

La Medical Valley a été créée à l'initiative de la région métropolitaine mais à présent elle fonctionne de façon indépendante. Les liens sont informels, plutôt du fait d'enjeux partagés, et la Medical Valley intègre le nom de la région métropolitaine dans sa signature comme une part entière de sa stratégie de communication.



Les applications du numérique dans le domaine de la santé représentent un marché énorme, avec un potentiel de croissance phénoménal



Quelle est l'action de la région métropolitaine de Nuremberg dans le domaine de la culture ?

Georg Graf von Matuschka
Responsable du forum culture



En Allemagne, la culture est le 3^{ème} secteur économique après l'automobile et la construction de machines-outils. Mais la prise de conscience est récente ; elle date d'après les travaux de Richard Florida sur les créatifs culturels.

En Allemagne, 11 filières sont regroupées dans le domaine de la culture, incluant les logiciels / jeux vidéo et le design, qui ne semblent pas retenus dans le rapport sur le panorama de l'économie de la culture et de la création en France (2015).

En France, en 2017, 1,2 millions de personnes travaillaient dans la culture (2 fois plus que dans l'automobile) représentant 160 milliards d'euros de chiffre d'affaire, soit 3,1% du PIB. En Allemagne, 1,6 millions d'emplois ont été recensés et les pouvoirs publics commencent à prendre conscience de l'intérêt que peuvent représenter les « intermittents ».

L'implication de la région métropolitaine de Nuremberg sur l'économie de la création et de la culture a débuté en 2010 par la production d'un premier rapport présentant ce secteur, au sein duquel l'activité la plus importante est celle des logiciels et jeux vidéo, puis la presse, suivis par la musique et le design. Depuis, des études complémentaires ont été menées. Et par exemple, personne n'avait compté les festivals : 300 ont été recensés à l'échelle de la région métropolitaine. En ne comptant que ceux qui existent depuis plusieurs années, qui durent 2 jours au moins, avec des artistes internationaux et une qualité importante, il en reste 30, ce qui est déjà très significatif. Une publication a été faite pour les faire connaître tous ensemble, en profitant de la notoriété des plus célèbres (Bayreuth). Une analyse a aussi été menée sur « qui gagne de l'argent » quand un festival est organisé, ce qui tend à donner des arguments aux collectivités quand elles ont besoin de justifier du soutien qu'elles leur apportent.

Dans la foulée du rapport de 2010, un forum économie et culture a été mis en place, qui a choisi d'organiser un symposium annuel avec les acteurs du secteur. Le premier symposium en septembre 2011 a fait ressortir l'état des lieux et un potentiel de développement important dans le domaine de la musique et des festivals.

Depuis, chaque année, le symposium traite d'un thème différent :

2012 : design

2013 : spectacle vivant

2014 : marché du livre

2015 : logiciel et jeux vidéo

2016 : image et arts visuels

2017 : presse

2018 : publicité

2019 : cinéma

2020 : architecture

150 à 200 personnes participent chaque année à cette manifestation dont l'entrée est systématiquement gratuite. Il y a à chaque fois une conférence introductive, puis des ateliers, des échanges de bonnes pratiques, en veillant à inviter des acteurs de l'économie tels que les ministres afin qu'ils prennent conscience du poids économique de la culture.

Un champ d'action complémentaire pour la région métropolitaine est de veiller à une distribution des subventions aux manifestations culturelles sur l'ensemble du territoire.

Un nouveau rapport est prévu pour la fin d'année 2018 qui permettra de faire le point sur la progression du poids économique de la culture depuis 2010.

Que fait la région métropolitaine de Nuremberg dans les domaines de l'énergie et du climat ?

Dr Peter Pluschke

Directeur général du forum protection du climat & développement durable

La politique énergétique de la République fédérale d'Allemagne doit permettre de réduire les émissions de gaz à effet de serre. Une réduction est effectivement engagée, mais l'effort qui reste à faire est majeur pour accélérer la réduction. L'électricité est aujourd'hui produite à 36% à partir d'énergies renouvelables. Le photovoltaïque progresse beaucoup, avec des coûts qui continuent de baisser. L'éolien progresse aussi rapidement et le nucléaire sera arrêté en 2022. Mais la difficulté en Allemagne est d'arrêter les centrales au charbon.

Dans le paysage allemand, la Bavière se positionne comme le Land d'excellence dans les énergies renouvelables et la transition énergétique. Et dans la région métropolitaine de Nuremberg, au cours des trente dernières années :

- le PIB a doublé en 30 ans ;
- la population est restée à peu près stable (+5%) ;
- les surfaces bâties ont progressé de 34% ;
- la consommation électrique est restée stable : elle a progressé jusqu'en 2017, puis baissé ensuite, grâce à des gains d'efficacité notamment dans l'industrie et le commerce (plus que la réduction des consommations) ;
- les émissions de CO2 ont baissé de 19% (mais les objectifs n'ont pas été tenus puisque l'objectif était de réduire de 25%).

La région métropolitaine de Nürnberg reste déterminée à s'inscrire dans la mise en œuvre des objectifs de l'accord de Paris sur le climat. Elle a adopté une déclaration politique en ce sens. Et sa politique se décline en 5 axes dans un pacte local pour le climat :

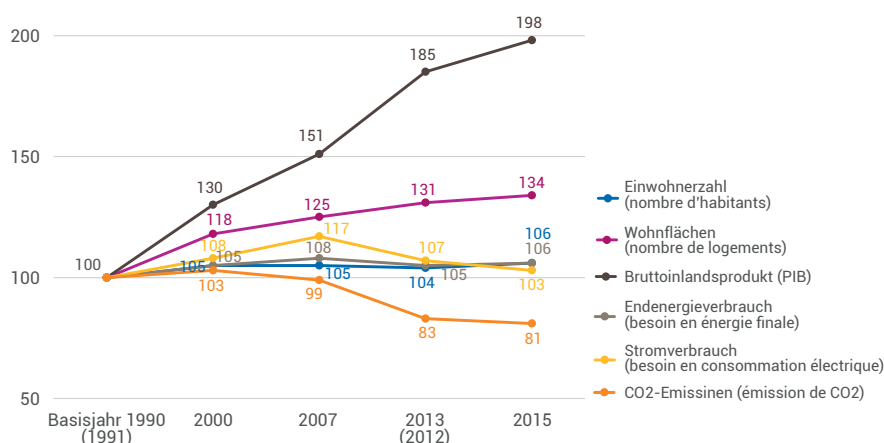
- structurer des réseaux intelligents, multi-énergies, décentralisés, autour d'une unité publique de production énergétique de Nuremberg, un fournisseur régional, d'autres fournisseurs locaux (40-45, majoritairement publics, mais aussi privés) ... ;

- réhabiliter les bâtiments sur le plan énergétique, encourager encore le raccordement aux réseaux de chaleur, développer le chauffage à partir de la biomasse (avec complément gaz et peut-être biogaz) ;
- développer les mobilités décarbonées (intermodalité, systèmes de déplacement vélo & marche, bus et véhicules électriques, réorganisation de la logistique urbaine avec par exemple des vélos cargos utilisés y compris par DHL...);
- soutenir une agriculture « amie du climat » (production d'énergie renouvelable et réduction des émissions de gaz à effet de serre) ;
- encourager encore la valorisation des ressources locales, en particulier en explorant davantage encore la géothermie.

La région de Nuremberg et les entreprises du territoire sont déterminées à être porteuses d'excellence dans la transition énergétique. Les acteurs énergétiques et les entreprises se sont engagés pour mettre en œuvre le pacte énergie-climat. Des séminaires réguliers permettent de suivre la progression, sur la base de données statistiques produites par l'agence régionale de l'énergie.

Dans le paysage allemand, la Bavière se positionne comme le Land d'excellence dans les énergies renouvelables et la transition énergétique

Évolution de quelques indicateurs de suivi du pacte local pour le climat entre 1990 (100 %) et 2015



Quels enseignements tirer de ce voyage pour l'Ouest breton ?

Ce voyage d'étude fait ressortir des convergences et des différences dans la pratique des coopérations territoriales entre la région métropolitaine de Nuremberg et l'Ouest breton.

- La région métropolitaine de Nuremberg est un espace de coopérations multilatérales entre collectivités appartenant à un même système territorial du point de vue fonctionnel. Elle présente ainsi une organisation qui s'apparente à celle des pôles métropolitains (du Pays de Brest et peut-être bientôt de Cornouaille) et des pôles d'équilibre territoriaux et ruraux (du Pays de Morlaix, du pays COB, du pays de Guingamp...). Elle est toutefois à la fois plus légère par son statut associatif et plus vaste, réunissant métropole, villes intermédiaires et espaces ruraux.
- La région métropolitaine de Nuremberg est un espace de coopération au sein duquel les territoires échangent sur un pied d'égalité, comme c'est aussi le cas au sein des ententes Brest métropole – Quimper Bretagne occidentale, Brest-Métropole – Morlaix communauté – Lannion Trégor Communauté et du contrat de réciprocity Brest métropole – Pays du Centre Ouest Bretagne.

- A l'instar du contrat de réciprocity ville-campagne nourri par la contribution des forces vives des territoires de Brest métropole et du COB, la région métropolitaine de Nuremberg se fonde sur un dialogue permanent entre élus et représentants des entreprises. Mais les acteurs économiques y sont davantage structurés et impliqués, en finançant l'action de la région métropolitaine au même niveau que les collectivités.

Ces éléments constituent autant de pistes envisageables pour renforcer la dynamique de coopérations au sein de l'Ouest breton.

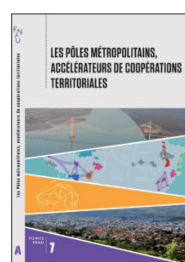
Ont participé à ce voyage d'étude

- **Mme Frédérique BONNARD LE FLOC'H**, vice-présidente de Brest métropole
- **M. Jean-Philippe LAMY**, directeur général adjoint de Brest métropole
- **M. Marc MADEC**, vice-président de Morlaix communauté
- **M. Vincent MARTIN**, directeur général adjoint de Morlaix communauté
- **M. Joël LE JEUNE**, président de Lannion Trégor communauté
- **M. Jean-Paul LE BOEDÉC**, président du Pays du Centre Ouest Bretagne
- **Mme Geneviève LE MEUR**, directrice du Pays du Centre Ouest Bretagne
- **M. Benjamin GREBOT**, directeur de l'ADEUPa

Pour aller plus loin



Atlas de l'Ouest breton, attractivité et rayonnement
ADEUPa, 2016



Les pôles métropolitains, accélérateurs de coopérations territoriales
FNAU, 2017



Quand l'action publique intègre l'interdépendance des territoires urbains, périurbains et ruraux : l'alliance des territoires
ADDRN, ADEUPa, AUDIAR, AURA, AURAN, 2017



Vers une nouvelle alliance des territoires - Urbain • Périurbain • Rural - Expérimenter, dialoguer & agir ensemble
Pôle métropolitain Loire-Bretagne, 2017



Construire l'Europe des lieux et des liens –
38^{ème} rencontre des agences d'urbanisme
La revue urbanisme, Hors-série n°63, 2017

VISITE DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE NUREMBERG

Direction de la publication

Benjamin Grebot

Maquette et mise en page

Timothée Douy

Crédits photographiques

ADEUPa

p. 12 supergenijalac - Shutterstock.com

Contact

contact@adeupa-brest.fr

Tirages

100 exemplaires

Dépôt légal

4^e trimestre 2018

Réf

18-174



AGENCE D'URBANISME DE BREST • BRETAGNE

Siège

18 rue Jean-Jaurès - 29200 BREST

Antenne Costarmoricaine

4 place du Guesclin - 22000 SAINT-BRIEUC

Tél. 02 98 33 51 71

www.adeupa-brest.fr