

La lettre d'information de Lorient Agglomération

🕒 ÉVÈNEMENT

UN NOUVEAU RÉSEAU DE TRANSPORT LE 7 JANVIER



Après différentes études et enquêtes de terrain puis une large période de concertation, Lorient Agglomération lancera son nouveau réseau de transport le 7 janvier prochain. Exploité par la CTRL, ce dernier a été entièrement repensé et modifié en profondeur : nouveaux tracés des lignes, création de pôles de correspondances et parfois, redéfinition des arrêts. La numérotation des lignes a été revue pour apporter de la simplicité et éviter les confusions avec les numéros des lignes du soir, du dimanche ou de la semaine. Seules les amplitudes horaires seront ajustées en fonction des week-ends ou des vacances scolaires.

Les numéros de lignes resteront identiques peu importe la période. De plus grandes amplitudes horaires sont prévues : les lignes T seront en service au-delà de 22h du lundi au jeudi et après minuit le vendredi et samedi avec un cadencement de 12 ou 15 minutes en période de pointe. Les lignes resteront identiques pour les dimanches et les soirées.

Le nouveau tracé de lignes a été structuré pour être plus simple, plus fluide et lisible par tous :

- 4 lignes urbaines à haute fréquence qui vont desservir toutes les 12 à 15 minutes les villes de Lorient, Plœmeur, Larmor-Plage, Quéven, Lanester.
- 7 lignes principales complètent l'architecture du réseau.
- 4 lignes Express dont 3 Péri urbaines en provenance de Plouay, Inzinzac-Lochrist, Languidic et Port de Pêche (correspondance avec Port-Louis La pointe) à destination de Lorient Gare d'échanges ou Lycées.
- 4 lignes de bateaux complétées de lignes dominicales et estivales.
- 6 lignes de proximité et 12 lignes de rabattement assurent la desserte de l'ensemble des villes de l'agglomération.
- 2 nouveaux tracés de lignes en Transport à la Demande : pour l'île de Groix et la zone d'activités de Kerpont.
- Plus de 100 lignes dédiées aux services de proximité et scolaires.

🕒 BRÈVES

AGRICULTURE

UNE AIDE À L'INSTALLATION

Dans le cadre de l'aide à l'installation des nouveaux agriculteurs, Lorient Agglomération a versé en 2018 une subvention de 2000 euros à seize d'entre eux, en majorité des exploitants travaillant en circuits courts et/ou en agriculture biologique. En plus de cette aide financière, il est proposé aux chefs d'exploitation un suivi de leur installation durant trois ans par la Chambre d'agriculture du Morbihan ou le Groupement des agriculteurs biologiques (GAB 56). À travers sa charte de l'agriculture, Lorient Agglomération accompagne ainsi la mutation de ce secteur et le développement rural sur le territoire dans un contexte de diminution constante des surfaces agricoles (9000 hectares de terres agricoles ont disparu sur l'agglomération depuis 1980). Ils sont plus de 70 exploitants à avoir bénéficié de cette aide depuis sa création.

Renseignements : **Chambre d'agriculture du Morbihan** 02 97 36 13 33

ÉNERGIES RENOUVELABLES

UNE TRANSITION AVEC L'AIDE DU FONDS CHALEUR

Afin d'aider les entreprises, collectivités ou agriculteurs du territoire à choisir une énergie renouvelable, Lorient Agglomération et l'Agence Locale de l'Énergie de Bretagne Sud (ALOEN) proposent un fonds chaleur. Ce fonds prend la forme d'un accompagnement qui repose sur un financement de l'étude préalable jusqu'au suivi de l'installation après travaux. Si le maître d'ouvrage décide d'investir, il aura accès à des financements nationaux proposés par l'Agence de l'Environnement et de Maîtrise de l'Énergie (ADEME) qui peuvent atteindre 70% du montant total de l'investissement et portent aussi bien sur les études que sur les travaux. Tous les secteurs d'activités sont éligibles à ces aides.

Renseignements : 02 97 21 29 38

LA GARE DE LORIENT RÉCOMPENSÉE



Depuis 2007, les International Design Awards (IDA) récompensent les meilleurs travaux du monde entier en design et en architecture. Ce prestigieux concours vient de récompenser la gare de Lorient Bretagne Sud pour son projet innovant dans la catégorie « Autres projets d'architecture » avec la mention « argent ». Le projet de l'architecte Étienne Tricaud pour le bureau d'études de l'Arep s'est distingué parmi des milliers de projets toutes catégories confondues envoyés par des créateurs et des entreprises situés dans 95 pays. Le jury a été séduit par l'architecture unique qui a été créée par Étienne Tricaud : une forme aérienne et ouverte en coque de bateau, qui renvoie aux navires de pêche et de la marine marchande de la Compagnie des Indes, et la transparence avec de grandes façades de verre.

PORT-LOUIS ET LARMOR, STATIONS DE TOURISME



Les deux communes de Port-Louis et Larmor-Plage ont obtenu de la part de l'État leur reconnaissance en tant que stations de tourisme. Par ce classement, établi d'après une cinquantaine de critères, les pouvoirs publics reconnaissent les efforts accomplis afin de structurer une offre touristique adaptée et un accueil d'excellence. C'est notamment le cas en matière d'hébergement, d'animations culturelles, de commerce de proximité, de patrimoine naturel ou bâti mais également en matière d'actions dans le domaine de l'environnement et de la préservation des sites et monuments. À noter que les deux communes comptent sur leur territoire un office de tourisme de catégorie 1 qui ont bénéficié récemment d'un nouvel aménagement de la part de Lorient Bretagne Sud Tourisme et de Lorient Agglomération.

UN OPEN DATA DES ÉVÉNEMENTS

Lorient Agglomération, Lorient Bretagne Sud Tourisme et la Ville de Lorient ont choisi de s'appuyer sur la base de données événementielle www.infocale.fr, lancée par le groupe Ouest-France, afin d'alimenter leur propre agenda en ligne ou papier. Cette base, entièrement gratuite, permet aux associations, acteurs événementiels et culturels du territoire de saisir gratuitement leurs événements et leurs programmations en quelques clics, s'assurant ainsi d'une multidiffusion et d'une large audience sur le web. Déjà présents dans les colonnes du quotidien ou sur le site www.lorient.maville.com, ces événements sont désormais présents sur les agendas en ligne de Lorient Agglo et de l'Office de tourisme.

AGENDA

Mardi 18 décembre à 17h

Conseil Communautaire
Maison de l'Agglomération

Mercredi 19 décembre à 17h30

Remise des prix concours « le temps des oiseaux »
Maison de l'Agglomération

INTERVIEW



LOÏC BRUNEAU,
Membre de l'Erele,
association des entreprises
et réseaux de Lorient et
des environs

« DES RAISONS D'ÊTRE OPTIMISTE »

Quelles sont les images qui viennent à l'esprit de vos interlocuteurs à qui vous parlez de Lorient à l'extérieur du territoire ?

La grande majorité des interlocuteurs n'ont pas d'image associée à Lorient. Les rares qui en ont une évoquent plutôt une image négative liée à la guerre et au bombardement de la ville, comme Le Havre ou Brest. Les autres sont des personnes intéressées par la voile ou les activités liées à la mer. Dans ce cas,

elles ont l'image d'une ville très bien placée géographiquement pour ces activités.

Est-ce que les entreprises installées ici rencontrent un réel problème dans le recrutement ?

Le recrutement des cadres et ingénieurs est globalement une difficulté. Pour les plus jeunes, nous souffrons de la concurrence des métropoles et de l'attractivité de leur offre extra-professionnelle et professionnelle. Pour les couples, la difficulté de trouver un travail pour le conjoint ou la conjointe est un frein. Certains candidats ont refusé un poste au dernier moment en raison de cette difficulté. De manière générale, il y a une méconnaissance du territoire et d'une ville comme Lorient qui, au premier contact, n'est pas jugée attrayante.

Cependant, des aspects attirent vers le territoire ou permettent d'être optimistes. Le territoire séduit des trentenaires qui ont travaillé jusqu'alors en région parisienne, qui ont de jeunes

enfants et qui cherchent une meilleure qualité de vie - une ville à taille humaine, des activités liées à la mer. De plus, ce sont des candidats intéressants car ils ont déjà une première expérience et sont formés. Nous avons des retours de personnes qui sont sur le territoire depuis un à deux ans et qui apprécient pleinement la ville après une première impression pas toujours flatteuse.

Quels arguments le territoire doit-il mettre en avant pour attirer des actifs, des porteurs de projets ?

Il faut donner une image positive du territoire en mettant en avant ses forces : la qualité de vie, la facilité d'intégration, un coût de la vie raisonnable, notamment dans le secteur de l'habitat, et un territoire responsable dans son développement. De manière générale, il faut renforcer la fierté d'appartenance afin que chacun devienne promoteur du territoire. Il faut aussi mettre en avant l'étendue des services et compétences existants sur le territoire de façon claire et en lien avec les prospects.

LE TERRITOIRE VEUT SE DOTER D'UNE IMAGE PLUS FORTE

La démarche entreprise afin de valoriser Lorient Bretagne Sud à l'extérieur associe toutes les forces vives du territoire en vue de favoriser le développement économique.



Le marketing territorial, c'est quoi ?

Les territoires étant concurrents entre eux pour attirer les entreprises, les porteurs de projets, les cadres supérieurs, le marketing territorial conçoit le territoire comme un produit qui doit se différencier afin de séduire. Il s'agit d'un rapport de l'offre à la demande dans lequel on met sur le « marché » une proposition plus intéressante que celle des concurrents. À titre d'exemple, être une agglomération à taille humaine peut être un atout auprès de personnes qui trouvent trop de contraintes aux métropoles. Le marketing territorial agit sur l'attractivité en identifiant les cibles que l'on doit attirer et fidéliser, en renforçant ses pépites et en comblant ses faiblesses dans le domaine économique, culturel, de la qualité de vie, de la santé, de la sécurité...

Quel territoire est concerné ?

Il ne s'agit pas de mettre en valeur Lorient Agglomération qui est une institution qui parle à des administrés à propos de ses services et ses missions : transport, déchets, eau, habitat... Dans le marketing territorial, on parle d'un écosystème avec l'ensemble de ses atouts : cadre de vie, filières économiques, marché de l'emploi, offre culturelle, accessibilité, qualité des services publics... C'est pour cette raison que le territoire s'est doté d'une marque, Lorient Bretagne Sud, un concept plus large et plus identifiant pour les personnes extérieures.

Un diagnostic préalable

La démarche a débuté en 2016 par un diagnostic (ou portrait) du territoire, basé sur ce que l'on appelle l'analyse SWOT*, qui permet de définir les forces et faiblesses ainsi que les opportunités et les menaces. C'est un outil de stratégie couramment utilisé en entreprise afin de déterminer les options offertes dans un domaine d'activité, en l'occurrence le marketing territorial. 160 personnes du territoire et 250 extérieures à celui-ci ont été interrogées sur ces sujets. Il en est ressorti quelques points forts comme une image dans le domaine maritime mais une notoriété faible en général, une population croissante mais qui vieillit, une accessibilité en progrès mais encore insuffisante, une qualité de vie supérieure ou encore un secteur tertiaire peu développé.

* SWOT de l'anglais Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces).

Objectifs-défis-cibles

Trois cibles, propres à la Bretagne Sud, sont visées par la stratégie de marketing territorial : les jeunes, les porteurs de projets et les actifs. Elles répondent à la nécessité de développer l'activité économique et de rajeunir la population. Pour répondre aux besoins de ces cibles, quatre défis ont été assignés à cette démarche afin d'agir sur l'attractivité et au final sur le développement

économique : améliorer l'image du territoire, créer un territoire young-friendly (séduisant pour les jeunes), cultiver et projeter dans le futur les excellences maritimes, à travers l'innovation permanente, et séduire les talents et porteurs de projets, notamment dans les secteurs de la cybersécurité et du handicap/santé.

Sur le terrain

Plusieurs actions déjà entreprises :

- La poursuite du travail sur le positionnement et l'affirmation de la marque Lorient Bretagne Sud.
- Des rencontres avec des relais d'opinion pour communiquer sur la démarche afin d'en favoriser son appropriation.
- La promotion de nos excellences maritimes lors de salons comme le Seafood (Bruxelles), le Nautic (Paris) ou le Yacht Racing Forum, une conférence annuelle consacrée au business de la voile et de la régates qui s'est déroulée à Lorient au mois d'octobre 2018.
- La participation aux Welcome Days, la journée d'accueil des nouveaux étudiants et aux portes ouvertes de l'aéroport de Lann-Bihoué.
- Un document recensant les événements programmés sur le territoire.

Une gouvernance originale

Une condition indispensable à la réussite d'une démarche de marketing territorial est la notion de collectif. Cette démarche doit être initiée et mise en œuvre par l'ensemble des acteurs du territoire concernés par le marketing territorial et pas uniquement par Lorient Agglomération. Depuis le lancement de la démarche, acteurs publics et privés sont donc associés aux décisions : Lorient Agglomération, Conseil de développement, CCI, Audélor, Erele (association des entreprises et réseaux de Lorient et des environs), SEM Lorient Keroman... Ils participent à deux instances qui se réunissent régulièrement : le COSPI (comité d'orientation stratégique et de pilotage) et le Comex (comité exécutif). Sur le plan opérationnel la démarche est copilotée par Lorient Agglomération et Audélor.

HABITAT : BILAN ET PERSPECTIVES POUR LE PLH

Le bilan de la première année du programme local de l'habitat vient d'être dressé. En voici les principales conclusions.



UN RYTHME DE CONSTRUCTION CONSTANT

Sur les trois dernières années, 1048 logements par an ont été mis en chantier, dont 305 logements locatifs sociaux, soit 27,6% de la production neuve. Ce rythme permet d'accompagner la croissance démographique (+ 0,34% entre 2010 et 2015) et la diminution constante de la taille des ménages (passée de 2,10 personnes en 2010 à 2,05 personnes en 2015). Un soin particulier est apporté à la répartition entre les communes.

UNE POLITIQUE FONCIÈRE VOLONTARISTE

Dans le cadre de sa compétence en matière d'équilibre social de l'habitat, Lorient Agglomération souhaite développer une politique foncière en lien avec la production de logements sur son territoire. Elle précisera les modalités d'intervention dans ce domaine, en matière de budget, de portage et d'organisation. C'est un travail à court, moyen et long terme, en lien étroit avec les communes, qui conjuguera au mieux les actions de chacun (action privée, portage publique via les communes, l'EPFB ou Lorient Agglomération) pour répondre au mieux aux objectifs de production de logements.

UN PARC SOCIAL EN RÉHABILITATION

Le rythme de démolition est de plus de 100 logements par an alors que l'ob-

jectif est de 50 par an. Lorient Agglomération devra donc arbitrer sur le financement de ces démolitions afin de rester dans l'enveloppe budgétaire en finançant certaines opérations prioritaires ou qui ne bénéficient pas déjà d'une subvention de la part de l'État. Elle devra aussi arbitrer les réhabilitations.

LA CRÉATION D'UN COMITÉ DE SUIVI

En complément du comité de pilotage qui réunit le conseil des maires élargi au bureau, il est créé un comité de suivi avec un nombre plus restreint de participants. Le choix a été fait de ne retenir qu'une commune par secteur du PLH (8 secteurs) excepté le secteur 3 avec Hennebont, Lanester et Lorient. Les autres communes sont : Brandérian, Bubry, Guidel, Plœmeur, Gâvres, Quéven et Plouay.

BUDGET

Plus de 4 millions ont été attribués en 2017 pour l'aide au logement social (notamment pour la production neuve et la réhabilitation), l'aide à l'accession sociale (Prim'access) ou l'aide au parc privé (subventions aux particuliers notamment pour la rénovation thermique).

À voir : les vidéos EIH sur la chaîne YouTube de Lorient Agglomération.

DÉPART

DE LA CALÉDONIE À LORIENT



Après seize années passées comme directeur général adjoint du pôle AET (aménagement, environnement et transports) Jean-François Rault a fait valoir ses droits à la retraite. Valérie Le Bec (à gauche sur la photo), qui a été en charge de l'urbanisme opérationnel à l'Agglomération de Lorient de 2002 à 2009, lui succède. Jean-François Rault avait débuté sa carrière dans la fonction publique territoriale en 1985 en tant que chargé de mission en aménagement, urbanisme et transports au sein du Syndicat d'Agglomération Nouvelle de Saint-Quentin-en-Yvelines, nouvellement créé. En 1990, il poursuit sa carrière au sein du GIE « Villes nouvelles de France » au sein duquel il a été chargé d'une mission d'aménagement en Nouvelle-Calédonie avant, en 1994, de retrouver Saint-Quentin-en-Yvelines en tant que DGA chargé des directions opérationnelles.

C'est en 2002 qu'il rejoint la Communauté d'Agglomération du Pays de Lorient (alors Cap l'Orient). Il pilotera de nombreux projets comme la reconversion de l'ancienne base de sous-marins, la réalisation du Triskell, ou encore la poursuite de la mutualisation avec les communes en matière d'urbanisme ou de cartographie.