

MONTPELLIER HERAULT SYNERGIE

LE JOURNAL D'INFORMATION
DU DISTRICT DE MONTPELLIER

PUISSANCE 15

N° 60 - AVRIL 1990

MONTPELLIER CHAMPIONNE DE FRANCE* POUR LA CREATION D'EMPLOIS CES 12 DERNIERES ANNEES

*INSEE économie et statistique N° 230 mars 90

**CROISSANCE DE L'EMPLOI
MONTPELLIER - SETE AU "HIT-PARADE"**
Source INSEE (Midi-Libre 6 avril 90)
Notre dossier en pages 6 et 7



S O M M A I R E

Page 3 :	Editorial
Page 5 :	Actualité des Communes
Pages 6-7 :	Montpellier n° 1 des villes créatrices d'emplois
Page 9 :	En direct des pôles. Actualités du District
Page 11 :	Montpellier solidaire des Communes de l'Hérault
Page 12 :	Transports périscolaires, SMTU : éveil et sports pour les écoliers du District

Prix du dynamisme pour Montpellier remis par François ROCHE, rédacteur en chef de "A pour affaires" économiques, à Georges Frêche Député Maire et Président de Montpellier District.

Montpellier championne pour la création d'emplois ces

REVUE : A POUR
AFFAIRES
N° 7 - Avril 1990
Article :
Jean Botella
Dossier réalisé
par Luc Lamprière

Montpellier: La nouvelle capitale du Sud

Derrière le sens du marketing de Georges Frêche, la réussite d'une ville en pleine croissance.

Impossible, en pénétrant dans le bureau de Georges Frêche, au cinquième étage de la mairie de Montpellier, de ne pas comparer l'endroit à un quartier général d'état-major. Au mur, une immense photographie aérienne de la ville est recouverte de petites épingles en forme de drapeaux : rouges pour les projets déjà réalisés, bleus pour les autres. Le maire trône derrière un bureau au design soigné, le dos à une large baie vitrée, qui ouvre une belle perspective sur la partie orientale de la ville. De là, Georges Frêche peut contempler à loisir le résultat de deux de ses plus belles victoires. Vers la mer, le désormais célèbre quartier d'Antigone, imaginé par l'architecte catalan Ricardo Bofill. Plus au nord, le Corum, un somptueux palais des congrès bâti à deux pas de la place de la Comédie.

Une ville entreprenante

À elles deux, ces réalisations symbolisent la nouvelle identité de la ville : "entreprenante, comme le clament les campagnes de publicité, tournée vers l'avenir, vers le progrès. Cette image, c'est encore le fruit d'un tour de force signé Georges Frêche. L'homme est habile, beau parleur et... expert en marketing. Dans les années 60, il a lancé à Montpellier une "association pour la promotion du marketing dans le sud de la France". À l'époque, ses collègues de la faculté de sciences économiques ont souri. Mais aujourd'hui, personne ne songe plus à se moquer. "La promotion de la ville, c'est un secteur que je ne délèguerais jamais", confie le maire socialiste pour souligner l'importance qu'il accorde à ce domaine. En matière de communication, sa volonté de tout gérer va même un peu loin. Certains de nos interlocuteurs, proches de la mairie, s'empressent de préciser au début de l'entretien qu'ils ne souhaitent pas être cités. "C'est la consigne, nous explique-t-on. Georges Frêche préfère être le seul à apparaître." Souci de cohérence ou plutôt tic de mégalomane ? Après tout,

qu'importe ! Une telle attitude pourrait être détestable si elle était le fait d'un vulgaire hâbleur. Or, que l'on approuve ou pas ses méthodes, Georges Frêche a pour lui les résultats de sa gestion. Ce qui le sauve. Derrière les pages de pub (que

D'une part, que le mouvement de rattrapage engagé depuis les années 70 n'est pas encore terminé. Aujourd'hui pleine de vitalité, la région de Montpellier était il n'y a pas si longtemps l'une des moins développées du pays. Et

développement. Car enfin, il existe bien, ce développement ! Certes, toujours pour ce qui est de l'emploi, la ville de Jacques Coeur réalise un moins bon score qu'Aix-en-Provence, deuxième de notre classement. Mais, sur tous les



Remise du prix A pour Affaires à Georges Frêche avec François ROCHE rédacteur en chef du mensuel. Ce prix sera salué par Monsieur BORRAS Président de l'Union Patronale: "Montpellier est dynamique et continuera". Monsieur CHAUVIN représentant la Chambre de Commerce de Montpellier félicitera Monsieur le Député-Maire en ces termes : "Allons de l'avant et soyons meilleurs que les autres. Monsieur le Maire, vous y êtes".

l'on peut lire jusqu'en Californie), derrière les formules séduisantes, il y a en effet la réalité d'une ville en pleine croissance, qui attire des entreprises et qui crée des emplois.

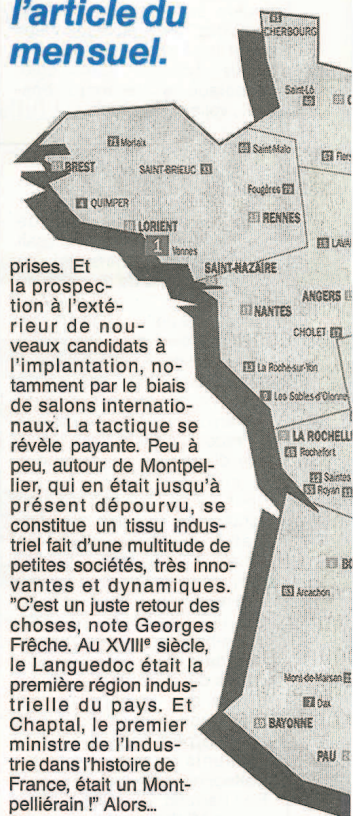
Montpellier dépasse tous ses challengers

Pourtant, le constat ne s'impose pas d'évidence. Car Montpellier cultive les paradoxes. À l'échelle du département, la création d'emplois y côtoie un important taux de chômage. De même, contrepartie des multiplications de nouvelles sociétés, la ville souffre d'une forte mortalité de ses entreprises. Ce dont les statistiques ne rendent pas toujours bien compte. Que signifient ces contradictions ?

le passage d'une époque à l'autre ne se fait pas sans casse. Ainsi, pour Roger Brunet, directeur de recherche au CNRS et responsable de la Maison de la géographie, la "liquidation de la pléthore d'entreprises artisanales et commerciales du passé" se poursuit. Mais les vieilles "maisons" ne sont pas les seules à disparaître : à côté de ce dégraisage dans les activités traditionnelles, bon nombre d'entreprises nouvellement créées connaissent aussi le même sort. Une partie du chômage enregistré à Montpellier s'explique donc par la conjonction de ces deux éléments. Quant au reste, il est imputé par la croissance : la ville offre l'un des taux de migration les plus forts du pays. "Quand je crée un emploi, trois personnes arrivent à Montpellier pour le prendre", explique Georges Frêche pour illustrer ce phénomène. Un effet pervers du

autres critères, Montpellier dépasse de loin tous ses challengers. Parmi les piliers - aujourd'hui bien connus - de ce dynamisme : le côté attractif du lieu, la jeunesse de la population (35 % des 250 000 habitants ont moins de 25 ans), l'ouverture - récente - des milieux universitaires et de la recherche sur le monde de l'entreprise. Des bases solides sur lesquelles la municipalité a pu construire sa stratégie. Georges Frêche a mis en place une véritable "task force", dévouée à sa cause, qui fait connaître la ville, en France et à l'étranger. Sur place, les cinq branches du technopole (agronomie, médecine, nouveaux médias, informatique, tourisme) fonctionnent comme de véritables machines de guerre. Principe : le développement des transferts de technologie et de savoir entre les laboratoires, les universités et les entre-

Le Mensuel A. pour Affaires confirme la première place de Montpellier pour la création d'emplois et des entreprises. Le chef confiait lors de Mars au Corum: "C'est nous avons tous des incontournables". Nous reprenons ici dans sa totalité l'article du mensuel.



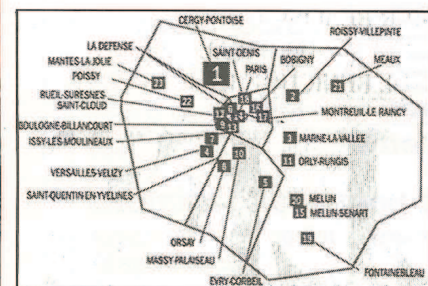
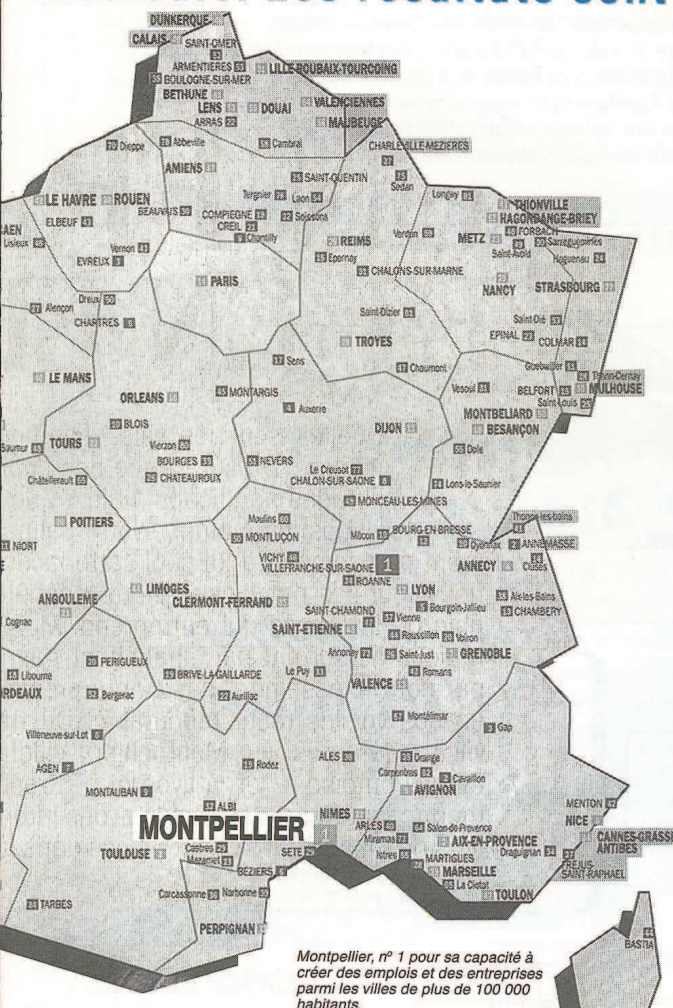
prises. Et la prospection à l'extérieur de nouveaux candidats à l'implantation, notamment par le biais de salons internationaux. La tactique se révèle payante. Peu à peu, autour de Montpellier, qui en était jusqu'à présent dépourvu, se constitue un tissu industriel fait d'une multitude de petites sociétés, très innovantes et dynamiques. "C'est un juste retour des choses, note Georges Frêche. Au XVIII^e siècle, le Languedoc était la première région industrielle du pays. Et Chaptal, le premier ministre de l'Industrie dans l'histoire de France, était un Montpelliérain !" Alors...

Sur le front européen, la ville millénaire ne chôme pas non plus. À Bruxelles, la cité a son lobby sous la forme d'un bureau permanent. Et grâce à l'entregent du maire, Montpellier bénéficie de la bienveillance du président de la Commission européenne, Jacques Delors. De bonnes relations qui ont permis à Cap Alpha, la pépinière d'entreprises de Clapiers, d'obtenir sans peine le statut de Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation. Avec les subventions communautaires correspondantes. Dernier coup de pouce de Bruxelles : une intervention à hauteur de 50 % dans le financement du nouvel aéroport international. Qui dit mieux ?

12 dernières années

INSEE : économie et statistique, n° 230 - mars 1990

ur Affaires économique d'Avril 1990
e place de Montpellier parmi les villes de
bitants, pour sa capacité à créer des
reprises. François Roche, rédacteur en
la remise du prix à Georges Frêche le 27
quand Montpellier est sortie première,
t recalculé. Les résultats sont



Légende

45	SAINT-ETIENNE : Agglomérations de plus de 100 000 h.
12	BOURG-EN-BRESSE : Agglomérations de 50 000 à 100 000 h.
9	Les Sables-d'Olonne : Agglomérations de 25 000 à 50 000 h.
18	SAINT-DENIS : Villes d'Ile-de-France

Les villes de plus de 100 000 habitants

RANG	AGGLOMERATION (population)	CREATION D'ENTREPRISES 1985-89			EMPLOI	
		Part des serv. et ind. (%)	Rapportées à la pop. totale (%)	En Part du parc existant (%)	Dernière tendance (87-88)	Evolution (82-88) (%)
1.	MONTPELLIER (219 046 h.)	54	33	53	+ 28	+ 13
2.	AIX-EN-PROVENCE (125 520 h.)	58	33	52	+ 17	+ 16
3.	TOULOUSE (538 030 h.)	53	29	50	+ 27	+ 9
4.	ANNECY (112 382 h.)	56	32	47	+ 27	+ 7
5.	AVIGNON (172 405 h.)	49	28	48	+ 12	+ 7

Croissance de l'emploi, l'INSEE confirme

Montpellier-Sète au « hit-parade »

Montpellier-Sète, Rennes et Toulouse, championnes de la croissance de l'emploi : de 1975 à 1987, ces trois métropoles régionales se sont, en effet, nettement détachées du peloton des villes françaises, selon une étude publiée par l'INSEE. Avec une variation d'emploi de + 27 % entre le 1^{er} janvier 1975 et le 1^{er} janvier 1987, la zone Montpellier-Sète décroche le titre de « championne de France »

de la croissance de l'emploi, distançant ses deux « dauphines » Rennes (+ 17 %). Ce classement est l'une des conclusions d'une étude sur les 20 métropoles régionales publiée par l'INSEE dans sa revue mensuelle « Economie et Statistiques ». En matière de salaires (chiffres de 1987), une bonne liaison semble s'établir, estime l'INSEE, entre taille des agglomérations et niveau moyen des

salaires. Montpellier fait cependant partie avec Strasbourg et Orléans, des agglomérations qui échappent à cette logique : ces villes sont, en effet, en situation de « sur-salaire ». Un phénomène qui s'explique cependant par des conditions spécifiques : activités très tertiaires à Montpellier, proximité de l'Ile-de-France pour Orléans et de l'Allemagne pour Strasbourg.

Midi-Libre 6,9 avril 1990

Classement régional Méditerranée (Languedoc-Roussillon Provence-Côte-d'Azur)

Plus de 100 000 h. :
1^{re} Montpellier, 2^{me} Aix-en-Provence, 3^{me} Avignon, 4^{me} Nice.
De 50 000 à 100 000 h. :
1^{re} Béziers, 2^{me} Fréjus - Saint-Raphaël, 3^{me} Martigues.
De 25 000 à 50 000 h. :
1^{re} Cavillon, 2^{me} Gap, 3^{me} Draguignan.



Montpellier : exemple de la nouvelle géographie économique de la France.

L'enquête

Réalisée entièrement à partir de données fournies par l'Insee (et antérieures aux dernières élections municipales), notre enquête porte sur 212 villes françaises (contre 125 en 1989). En favorisant les taux de croissance (d'entreprises ou d'emplois) les plus élevés, et en rapportant les chiffres à la population, notre palmarès gomme les effets de taille et fait ressortir les agglomérations les plus dynamiques. Nouveauté 1990 : en distinguant les agglomérations où la part des services (aux entreprises) et de l'industrie pèse le plus lourd dans le total des créations, il met en avant les villes les mieux armées dans la lutte entre métropoles. Certaines villes se différencient ainsi de leurs concurrentes. C'est le cas, pour Montpellier, où, malgré les mauvaises langues, le sens du marketing du maire, Georges Frêche, s'avère finalement payant. Parmi les villes moyennes (celles qui ont le plus de mal à imposer leur image), Villefranche-sur-Saône se distingue en profitant de la saturation de la métropole lyonnaise pour attirer de petites entreprises, tandis que Vannes, gérée comme une PME, joue la mobilisation des entreprises locales. En Ile de France, enfin, Cergy-Pontoise confirme, vingt ans après leur création, la percée des villes nouvelles, sur qui bien peu misaient il y a encore quelques années.

A pour Affaires Economiques (Tertiel) - Avril 1990 - n°7