

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

**Atelier proposé dans le cadre de la formation
institutionnelle Enseigner la ville
Groupe Loire – 5 février 2019**

Les villes moyennes face à la mondialisation et à la métropolisation

Frédérique Bronchain-Lavigne, lycée Beauregard, Montbrison.



RÉGION ACADÉMIQUE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION



MONDIALISATION

= une dynamique : une augmentation des mobilités et des flux ; des processus favorisant une mise en relation des sociétés et des territoires
= son résultat : le monde comme espace dans lequel chaque échelle joue son rôle : locale, régionale, nationale, mondiale

Des dynamiques territoriales

Des **transitions** sociales, économiques, politiques et environnementales à toutes les échelles

Une remise en cause des équilibres territoriaux anciens

Une **compétition** exacerbée entre les territoires, notamment à l'échelle urbaine et infraurbaine...

Métropolisation

= un phénomène sélectif

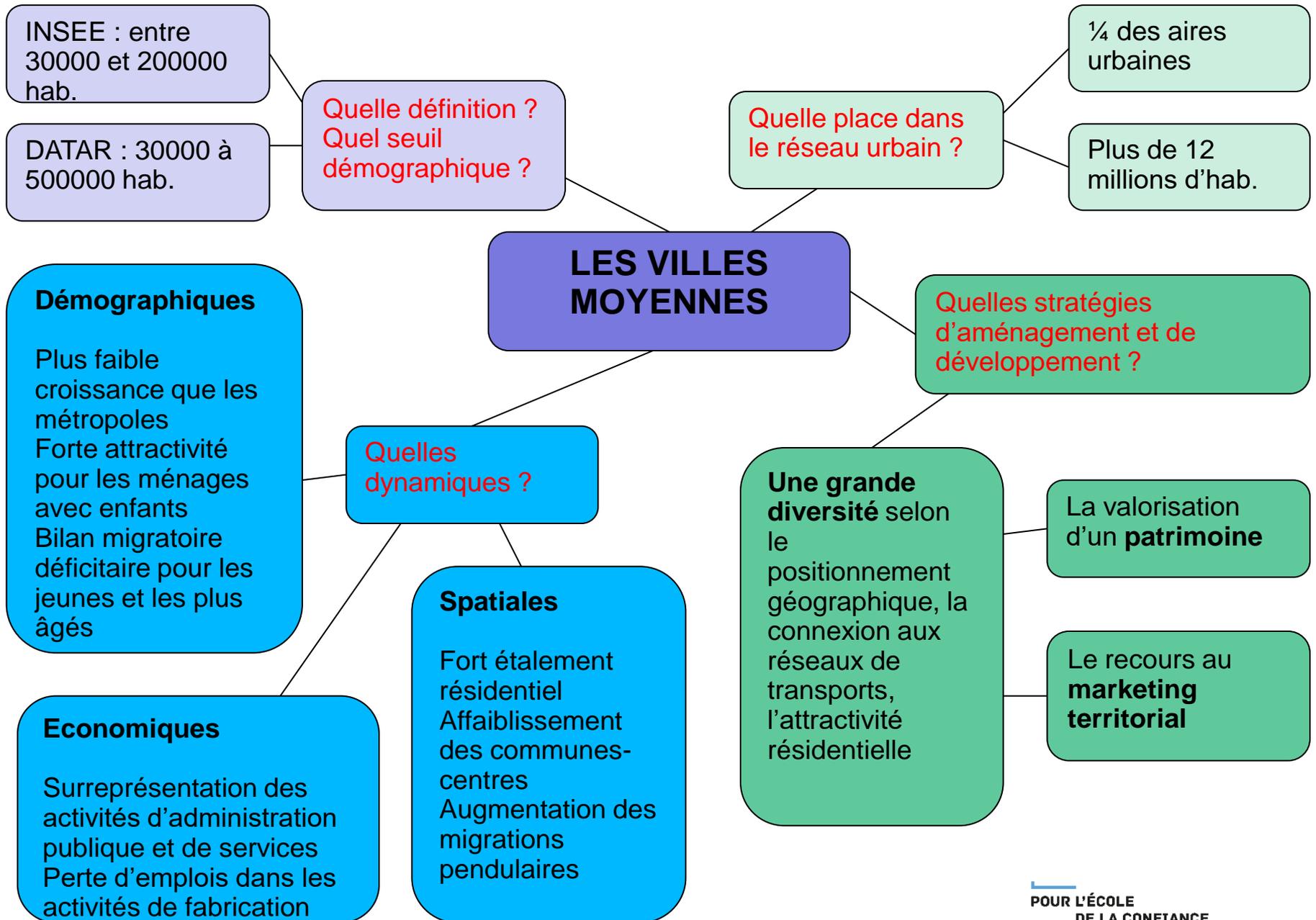
A l'échelle du réseau urbain : des aires urbaines privilégiées, souvent des capitales et des métropoles régionales

A l'échelle infraurbaine : quartier d'affaires, technopôles, pôles logistiques

⇒ Un **polycentrisme** et l'apparition de centralités secondaires

⇒ Une mise en réseau de ces territoires urbains

Pour les villes moyennes, quels défis ? Quels enjeux ?



UNE MISE EN ŒUVRE PEDAGOGIQUE POSSIBLE

Clermont-Ferrand, une ville moyenne face à la mondialisation et à la métropolisation

*Une étude de cas intégrable aux nouveaux programmes du lycée, dans le tronc commun de 1^e en voie générale

Thème 1 de géographie : La métropolisation, un processus mondial différencié

Question spécifique sur la France : La métropolisation et ses effets

- Renforcement du rôle de Paris
- Renforcement de l'importance et de l'attractivité des métropoles régionales, de façon différenciée, et concurrence entre elles
- Place et rôle des **villes petites et moyennes**

Les **finalités** de l'enseignement de la géographie :

- Insister sur **les enjeux** et sur **les relations entre les acteurs** pour comprendre l'organisation des **territoires**, les **recompositions spatiales** (réorganisation des espaces de vie et de production), les **inégalités socio-spatiales**, dans une **approche systémique**
- Développer l'observation du jeu d'acteurs et le **contact avec le terrain**

Des **méthodes** d'apprentissage :

- Visites sur le terrain
- Utilisation de supports pédagogiques variés
- Usage de l'outil numérique
- Intervention d'acteurs de la vie économique et publique
- Démarche par étude de cas

Pourquoi étudier Clermont Ferrand ?

Une ville moyenne
Aire urbaine de 300 000 hab.
Ville-centre : 140 000 hab.

Un territoire local connecté à l'espace économique global par une FTN : Michelin
*Principal organisateur de l'espace urbain et de la vie sociale de 1889 aux années 1980

Une collectivité territoriale face à 2 défis dans le contexte de la métropolisation
*Le déclin démographique de son aire d'influence auvergnate
*La perte du statut de capitale régionale depuis la fusion d'Auvergne-Rhône-Alpes

Une FTN qui adapte ses stratégies dans le contexte de la mondialisation
*Un désengagement spatial, social, économique à Clermont Ferrand malgré le maintien du siège social
*Un recentrage des activités clermontoises sur la R&D, d'où des besoins en main d'œuvre qualifiée – difficiles à satisfaire

Un partenariat entre les acteurs publics et la FTN autour d'une politique urbaine volontariste
L'objectif : donner de la ville une image dynamique et innovante ; faire « une ville de la qualité urbaine »
*Réaménagement des centres (place de Jaude)
*Accessibilité et mobilité
*Valorisation du patrimoine historique, naturel, industriel
*Développement d'une politique culturelle
*Rénovation de quartiers populaires

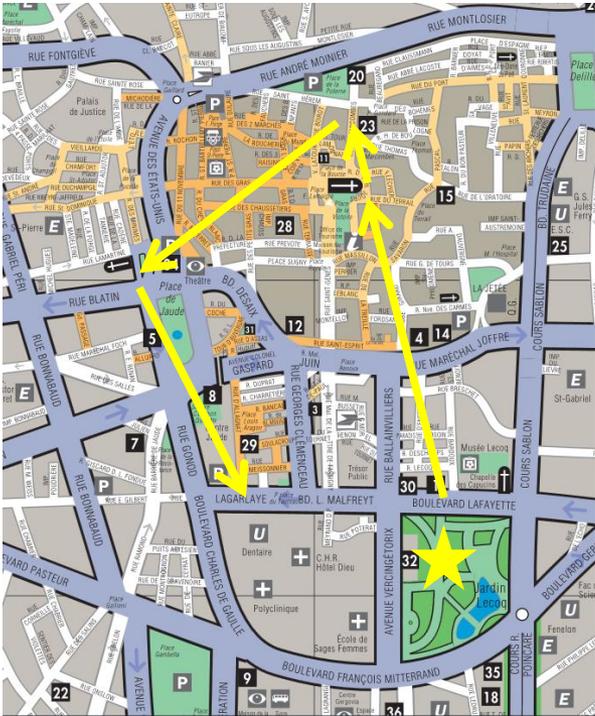
Comment étudier Clermont-Ferrand ?

1^{er} proposition : une sortie pédagogique d'une journée à Clermont-Ferrand, couplant ...

Une visite du musée L'Aventure Michelin

- L'histoire d'une entreprise emblématique de la 2nde phase d'industrialisation
- Le rôle de l'entreprise de la fin du XIXe siècle aux années 1980 comme principal **organisateur de l'espace urbain clermontois** dans le cadre de ses activités productives et de son programme paternaliste (usines, cités ouvrières) et **animateur de la vie sociale** (club et équipements sportifs, coopérative et magasins, écoles)
- L'adaptation de l'entreprise aux défis de la fin du XXe siècle (**R&D** ; sécurisation des approvisionnements par l'achat de plantations d'hévéas au Brésil et projet social associé) et le **désengagement relatif de l'espace urbain** (fermeture de sites de production et des pistes d'essai ; vente des cités ouvrières)

Une balade urbaine dans le centre-ville



* Au départ du **Jardin Lecoq**, jardin d'acclimatation du XIXe siècle, face au **pôle universitaire** de Lettres et droit
⇒ **un centre culturel régional**, membre du réseau des **Villes apprenantes** de l'UNESCO

• A travers la **ville médiévale**, construite sur une éminence volcanique, ses ruelles, sa cathédrale, et jusqu'à l'**hôtel de ville**, expression du **pouvoir politique**

* **La place de Jaude**, épicerie des **activités commerciales** (galeries Jaude, centre Jaude I et II) et des **activités culturelles** (opéra, cinéma, ancien siège de *La Montagne*)

+ Une place emblématique des **évolutions dans le domaine des transports et des mobilités urbaines**, traversée par la seule ligne de tramway de l'agglomération et entièrement réaménagée comme espace largement piétonnier

➤ * **Le quartier de l'Hôtel Dieu** : un **projet de rénovation** de l'ancien pôle hospitalier clermontois, selon les principes du développement durable (**Ecoquartier**), dans le cadre du **projet urbain « Clermont Ferrand 2030 »**

2^e proposition : un dossier documentaire

1) « Michelin et Clermont Ferrand ont évolué ensemble », article publié le 2 janvier 2017 sur le site internet de *La Montagne*.

Après avoir toujours conservé son siège mondial à Clermont-Ferrand, Michelin vient de renforcer son centre de recherches de Ladoux. Mais aujourd'hui, pour y attirer ses cadres, l'entreprise a besoin d'un environnement séduisant, d'une ville attirante. Rien d'étonnant si ces dernières années, Clermont et Michelin ont transformé leur image.

Souvenez-vous, c'était il y a 25 ans. Hier en quelque sorte. Clermont était encore une ville noire, obscure. Une ville « Michelin » où l'entreprise, pourtant déjà poids lourd mondial du pneumatique, ne dépareillait pas. Des ateliers immenses peuplés d'ouvriers en bleu travaillant à l'ombre de cheminées de brique crachant une odeur de caoutchouc. Les cadres, venus du bout du monde qui pensaient découvrir là les bijoux de la couronne, s'étonnaient souvent de ne trouver qu'un univers laborieux et économe.

Un quart de siècle plus tard tout a changé. (...) « Michelin était très en avance sur son siècle dans le domaine social avec ses cités, ses hôpitaux, ses magasins, ses écoles, ses salles de sport (l'ASM déjà.) des choses qui n'existaient nulle part ailleurs. L'environnement, le cadre de vie en revanche, passaient au second plan. Ce n'était pas encore des valeurs essentielles. Ni pour Michelin, ni pour personne. Clermont a ainsi longtemps souffert d'un déficit d'image », explique Gérard Duhesme, directeur des sites clermontois de Michelin.

Aujourd'hui, le contraste est saisissant. Le personnel Michelin, jusque-là composé en majorité d'agents de fabrication, qui aujourd'hui représentent encore un tiers du personnel de Clermont-Ferrand, a considérablement évolué ces dernières décennies. Aux Carmes où étaient employés plus de 80 % d'ouvriers, ils sont désormais à peine 5 %, possèdent un haut niveau de qualification et travaillent sur de petites séries de prototypes à forte valeur ajoutée.

Tout le personnel, sans exception, cadres, chercheurs, agents de maîtrise, ou agents de fabrication, aspire à travailler dans un environnement agréable. « Nous attirons ici près de 70 nationalités. Des gens très bien formés, qu'il faut pouvoir séduire. Ils ont besoin d'autre chose que des cités, et leur aspiration va au-delà de prestations sociales dont ils bénéficient par ailleurs. Ils veulent du travail pour leur conjoint, de la culture, un cadre de vie, un environnement favorable... Il a fallu évoluer. »

C'est sans doute sur ce site des Carmes, ancienne usine historique du groupe (...), que la transformation est la plus impressionnante : « Les Carmes sont devenus le siège mondial du groupe. La plupart des ateliers ont disparu. A la place, on a réhabilité la Tiretaine, la petite rivière de Clermont-Ferrand autrefois entièrement canalisée, installé des espaces de détente, construit une serre géante et rénové les bâtiments. Au-delà de cette vaste serre tropicale, c'est pratiquement l'ensemble du patrimoine Michelin qui a été réhabilité. (...) Ainsi, l'usine d'Estaing est à l'origine du nouvel hôpital Estaing, rare exemple d'un CHU moderne quasiment en centre-ville. » Tout près, une partie de l'emprise des usines de Cataroux a permis l'installation du nouveau siège du journal *La Montagne* ou de celui de la Caisse primaire d'assurance maladie.

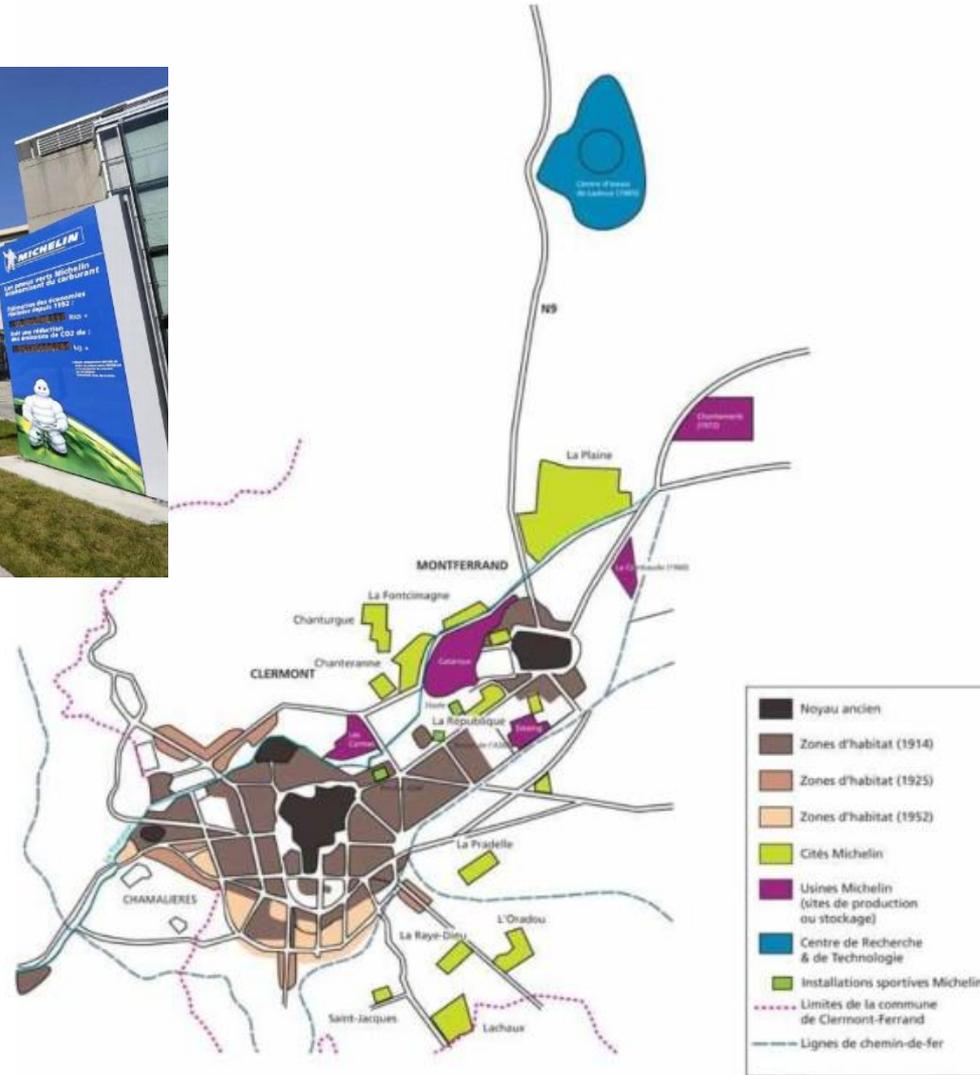
2) Le siège social de Michelin

Source : www.lamontagne.fr



3) Schéma des espaces clermontois en 1975 –

Source : <https://laventure.michelin.com>



4) La place de Jaude



Source :

<https://www.detoursenfrance.fr>

Source :

<https://www.clermontauvergnnetourisme.com>

5) Le projet urbain de l'Hôtel Dieu

La transformation de l'ancien Hôtel-Dieu en un nouveau quartier au cœur du centre-ville est désormais engagée. Symbole de la place faite au développement durable, le projet a reçu le label « EcoQuartier ». Depuis plusieurs années, l'aménagement du site de l'Hôtel-Dieu fait l'objet d'une réflexion toute particulière. Celui-ci est en effet stratégique à plus d'un titre :

Il s'agit d'un lieu emblématique de la ville, auquel sont très attachés les Clermontois ;

Le patrimoine architectural (plusieurs bâtiments sont inscrits au titre des Monuments historiques) et le patrimoine naturel (7 000 m² d'espaces boisés classés) sont remarquables ;

Le site de plus de 4 hectares dispose d'une situation privilégiée en centre-ville.

Le futur éco-quartier valorisera l'histoire et le patrimoine de l'Hôtel-Dieu tout en répondant aux enjeux du 21^e siècle. Il abritera environ 900 logements (du studio étudiant au T5), une grande bibliothèque, des commerces, des services... Trait d'union entre la Place de Jaude et le Jardin Lecoq, le site sera un lieu ouvert dans lequel piétons, cyclistes et espaces verts seront rois.

Les bâtiments de l'ancien Hôtel-Dieu qui ne sont pas inclus dans le projet sont en cours de déconstruction. Afin de réduire au maximum les nuisances (bruit, pollution, circulation) d'un chantier qui durera plusieurs années, près de 50 % des matériaux issus de ces démolitions (soit environ 12 000 tonnes) seront réutilisés sur place.

Le début des travaux de VRD est prévu pour début 2018. Les premiers logements devraient voir le jour en 2020, la grande bibliothèque en 2022. Pour la finalisation complète de l'aménagement du site, rendez-vous en 2023–2024 !

Extrait du site de la municipalité de Clermont-Ferrand <https://clermont-ferrand.fr>

6) « Clermont-Ferrand devient la 1^e ville apprenante de l'UNESCO en France »

Avec ses 35 000 étudiants et ses 6 000 chercheurs, la métropole auvergnate rejoint un réseau mondial d'échange de bonnes pratiques en faveur d'une éducation de qualité pour tous.

Clermont-Ferrand est devenue la première ville de France à intégrer le réseau mondial des villes apprenantes de l'Unesco, a annoncé la municipalité, mardi 24 janvier. « *Ce type de ville mobilise ses ressources dans tous les secteurs afin de promouvoir un apprentissage inclusif, de l'éducation de base à l'enseignement supérieur* », indique la municipalité dans un communiqué.

L'appartenance au réseau des villes apprenantes permet notamment d'échanger des idées, des bonnes pratiques et des savoir-faire. Des métropoles telles que Turin, Mexico, Tunis, Pékin ou Nairobi sont déjà labellisées. D'autres villes de France, dont Rennes, pourraient à leur tour rejoindre ce réseau créé en 2012, avait annoncé début janvier le premier ministre, Bernard Cazeneuve, lors de sa visite à Clermont-Ferrand.

La métropole auvergnate concentre plus de 35 000 étudiants et 6 000 chercheurs dans ses laboratoires de recherche. Et l'un des équipements culturels de la ville : l'Espace Mandela, inauguré fin 2014 dans le quartier de la Gauthière, a été désigné « lieu ville apprenante ». « *Incubateur des talents, ce lieu pourra accueillir les échanges internationaux au sein du réseau* », explique le maire de Clermont-Ferrand. Il souhaite également donner « *un caractère festif à la démarche* » de ville apprenante, en organisant des événements annuels.

Selon l'Unesco, une ville apprenante contribue à la réalisation d'« objectifs de développement durable » (ODD) fixés par l'Agenda 2030 des Nations unies, « *en particulier l'objectif 4 (garantir une éducation de qualité, sans exclusion, équitable, avec possibilités d'apprentissage pour tous tout au long de la vie) et l'objectif 11 (faire des villes et des établissements humains des endroits sans exclusion, sûrs, résilients et durables)* ».

Au total, le réseau compte 177 membres dans 41 pays. Chez nos voisins, peu de villes l'ont encore rejoint : outre Turin en Italie, on note Gelsenkirchen (Allemagne), Viladecans (Espagne) ainsi que Bristol et Swansea (Royaume-Uni). Mais d'autres pays européens en comptent un plus grand nombre : le Portugal (8) et la Grèce (10, dont Athènes).

Article d'Adrien de Tricornot pour *Le Monde*, 26 janvier 2017.

7) « 240 millions d'euros pour restructurer les transports en commun de la métropole clermontoise »

Les lignes B et C des transports en commun clermontois seront plus longues, en site propre, et desservies par des autobus électriques. (...)

En 2025 – soit 19 ans après la mise en service de la ligne de tramway -, la métropole clermontoise sera équipée de deux nouvelles lignes structurantes. (...)

« Notre premier objectif est de proposer une alternative crédible à l'automobile pour les déplacements pendulaires. Ce qui suppose de relier le plus possible de lieux et de communes en un temps raisonnable », indique Olivier Bianchi, président du Clermont Auvergne Métropole. Il s'agit de faire passer le nombre annuel de voyages en transports en commun de 33 millions en 2018 à 52 millions en 2032.

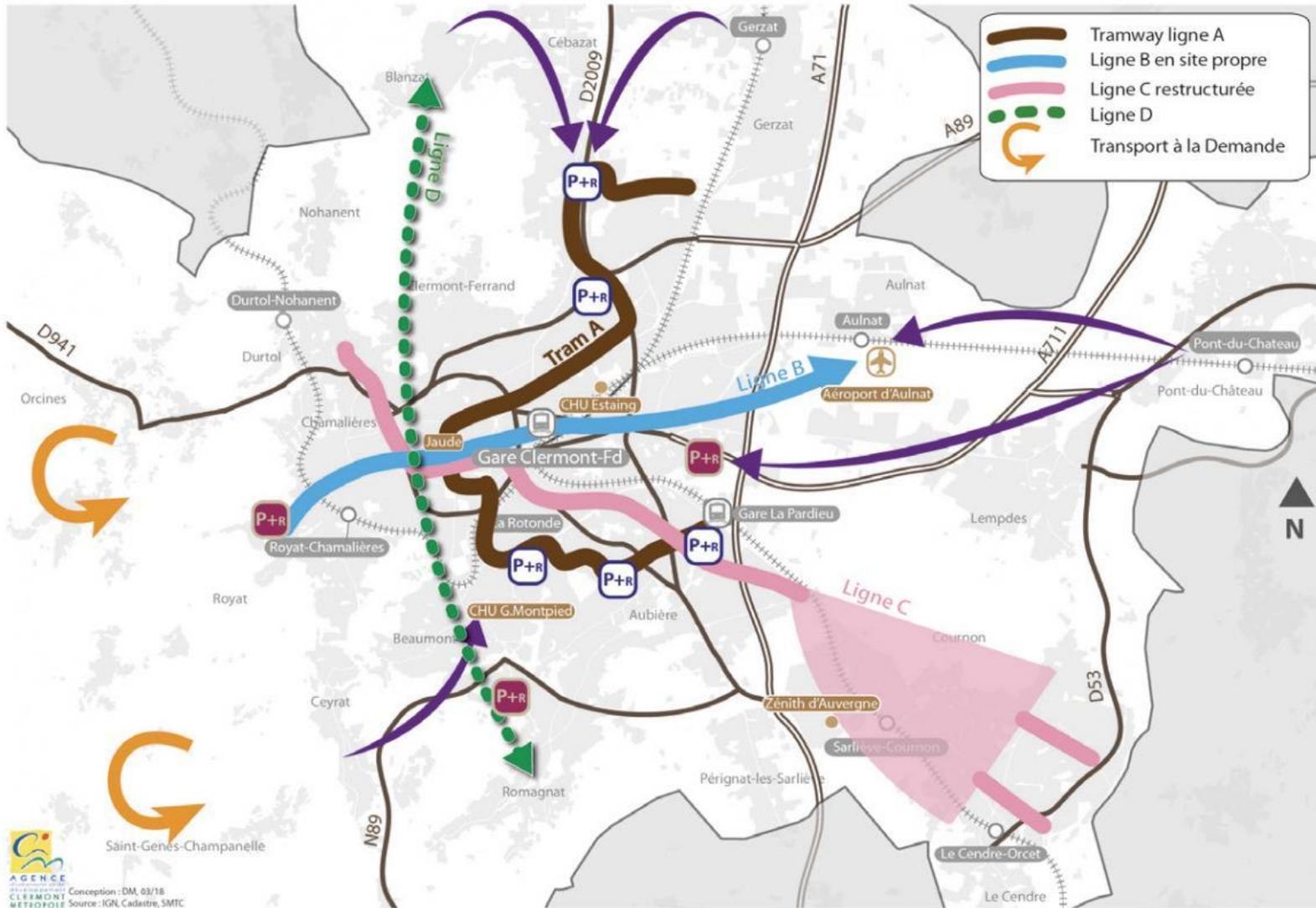
Les lignes B et C seront prolongées en dehors des frontières de la ville centre pour desservir des quartiers d'habitat, des secteurs en renouvellement urbain, des zones économiques (Le Brézet et La Pardieu) et de grands équipements (notamment l'aéroport, la Grande Halle et le Zénith). Elles seront en site propre sur la quasi-totalité de leur parcours.

L'ensemble du réseau sera réorganisé autour de ces lignes : *« Quel que soit l'endroit des 21 communes de Clermont Auvergne Métropole d'où l'on partira, on doit pouvoir accéder au cœur de la métropole en pas plus de 40 minutes »*, promet François Rage, président du SMTC.

« Nous voulons aller vite sans réduire nos capacités budgétaires. Envisager de faire rouler un tramway sur ces lignes serait trop coûteux. Nous avons donc opté pour des bus électriques, poursuit Olivier Bianchi. Ce ne sera pas un tramway low cost : des bus de 24 mètres cadencés à 2mn30 offrent une capacité de déplacement équivalente à celle du tramway et le niveau de services est le même. »

Le coût de l'ensemble de ce projet est estimé à 240 millions d'euros. Pour le financer, la Métropole pourrait être aidée par l'Etat (dans le cadre d'un appel à projets à venir) et le Conseil régional (en tant que propriétaire du Zénith et de la Grande Halle).

Article de Sylvie Jolivet pour le site <http://www.brefeco.com> le 11 juin 2018



Le travail proposé aux élèves

Un travail par **groupes de 2 élèves**

La consigne :

Responsables d'une entreprise de marketing, vous êtes sollicités par les dirigeants de l'aire urbaine clermontoise pour élaborer une campagne de communication et construire l'image de la ville.

L'objectif est de mettre en avant les atouts de Clermont Ferrand qui souhaite devenir la métropole phare du centre de la France.

Composez une affiche publicitaire répondant à cette ambition.

Les supports de travail :

- Les explications données lors de la visite de Clermont Ferrand **OU** le dossier documentaire
- Une définition des termes métropolisation et métropole (par exemple celle proposée par F. Smits, *Géographie de la France*, Hatier, 2011)
- Une vidéo de présentation des projets « Clermont 2030 » en ligne sur le site officiel de la métropole : <https://clermont-ferrand.fr/actualite/decouvrez-en-images-les-projets-structurants-de-la-ville-decouvrez-clermont-2030>
- Un tutoriel "Créer une infographie avec le logiciel en ligne Canva"
- Une maquette de travail pour composer une affiche

Les objectifs en termes de capacités :

- Connaître et se repérer : nommer et localiser les processus et phénomènes étudiés
- Contextualiser : mettre en œuvre le changement d'échelles et l'analyse à différentes échelles ; identifier les contraintes et les ressources d'une situation géographique
- Employer les notions et exploiter les outils spécifiques aux disciplines : employer les notions et le lexique acquis en géographie à bon escient ; savoir lire, comprendre et apprécier des documents de natures variées
- Conduire une démarche géographique : justifier une production
- Utiliser le numérique pour réaliser une présentation

Les objectifs en termes de connaissances :

- Comprendre les mutations des espaces urbains induites par l'insertion dans la mondialisation des territoires et des acteurs économiques comme les FTN
- Appréhender l'interaction entre acteurs publics et privés dans l'aménagement des espaces urbains
- Prendre conscience de l'utilisation du patrimoine historique et environnemental dans le marketing territorial

Le logiciel Canva

= un logiciel en ligne accessible gratuitement pour ses fonctions principales, permettant de réaliser différents types d'infographies (flyers, posters)

1) S'inscrire sur le site dans la **rubrique Education**, avec un mail.

Choisir une inscription en tant qu'« Etudiant » ou « Professeur »

Possibilité de créer un groupe de travail ; sinon « Ignorer l'invitation d'équipe ».

2) Choisir de réaliser un « Poster » puis une « **Affiche publicitaire** ». La page de travail suivante s'ouvre :

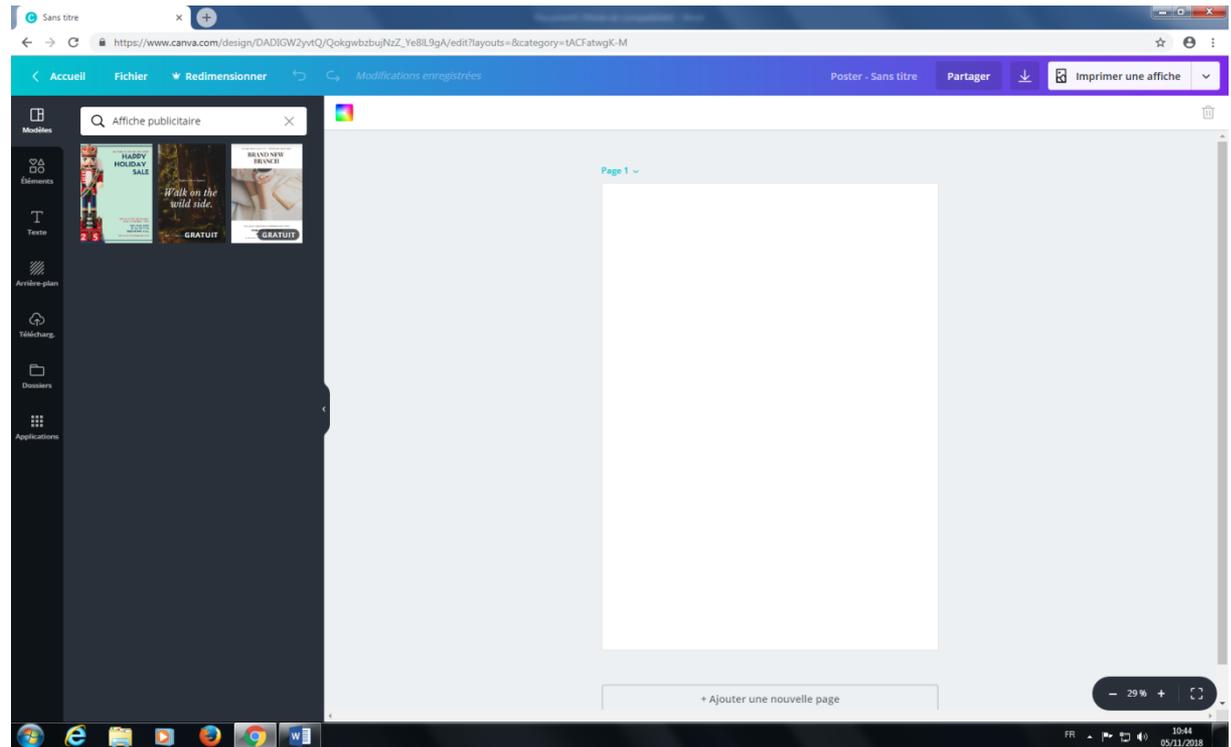
A gauche, les aides à la création :

Dans **Éléments** : des **grilles** pour découper la page en différentes parties et faire la composition de l'affiche ; des **formes géométriques** ; des **illustrations et icônes** ; des **modèles de graphiques** ...

Dans **Texte** : « ajouter une **fenêtre de texte** » ; différentes polices (choisir les gratuites)

Dans **arrière-plan** : différents **fonds** pour l'affiche

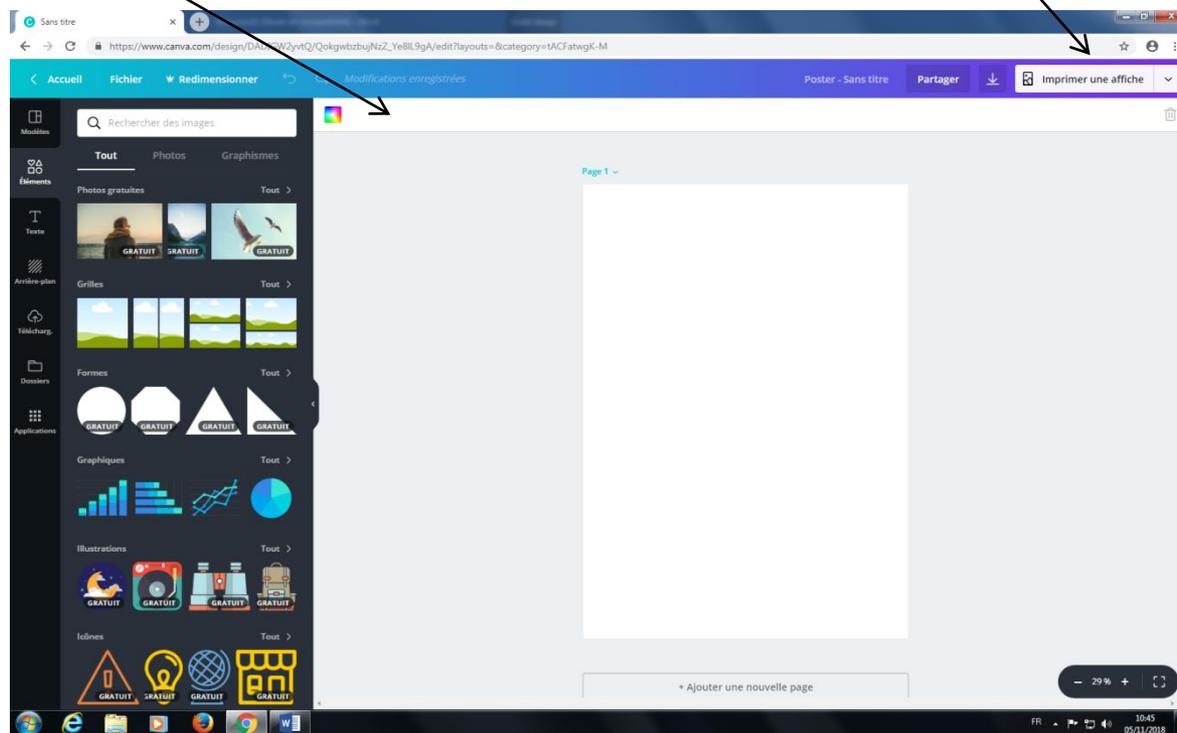
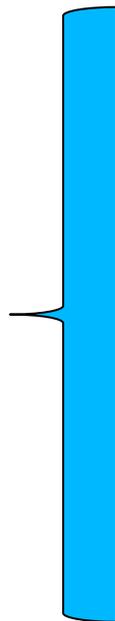
Dans **Télécharger** : possibilité de télécharger une image ou de la récupérer sur le bureau de l'ordinateur (rechercher vos images à l'avance)



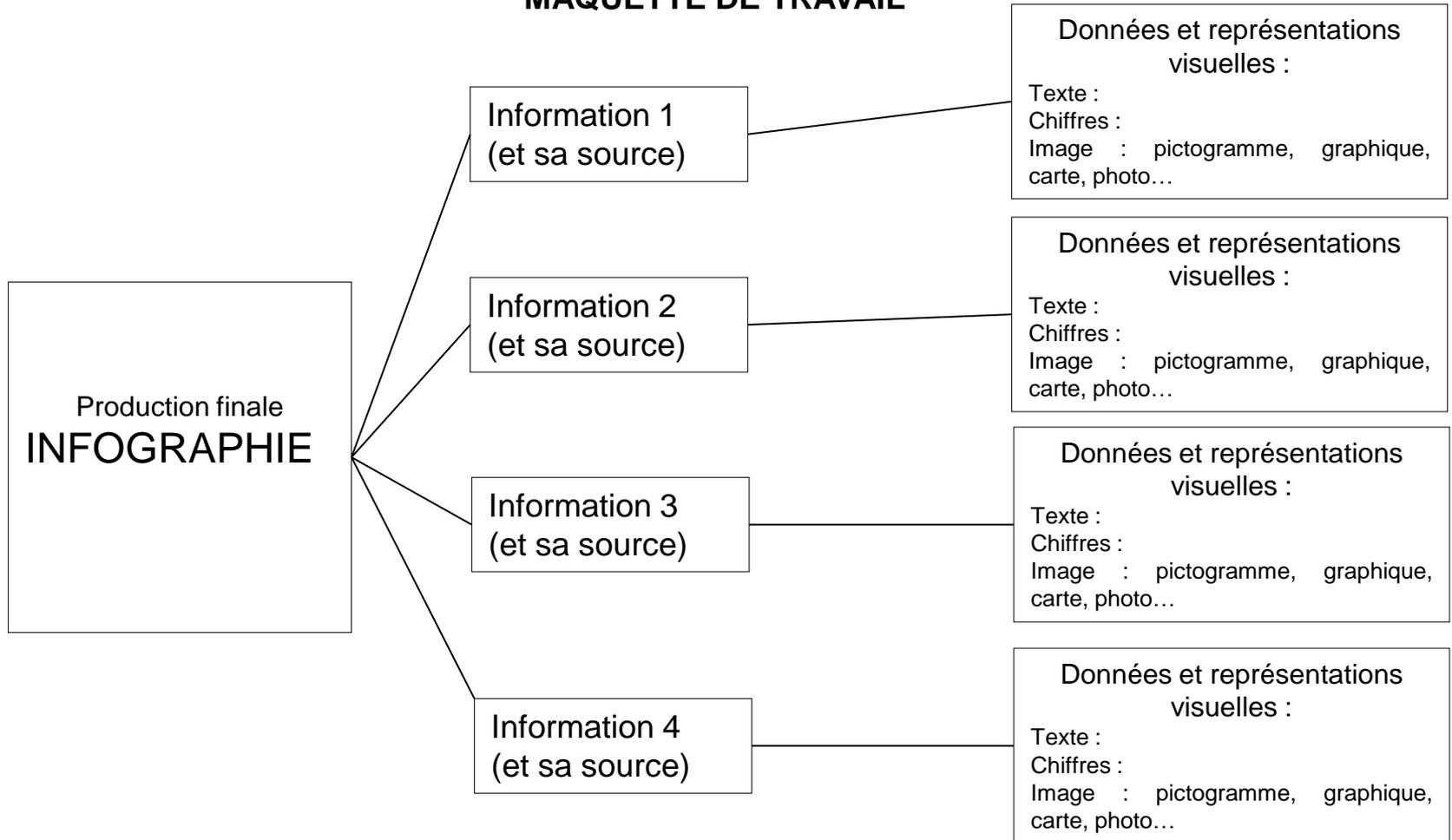
Pour chaque aide à la création sélectionnée, une **barre d'outils** s'ouvre au dessus de la page de travail :

Quand la production est terminée, ouvrir le menu « Imprimer une affiche » pour imprimer votre travail.
Vous pouvez aussi Télécharger en PDF- Impression ; choisir « Télécharger avec une version filigrane » pour que ce soit gratuit.

Cliquer sur l'élément choisi ;
modifier sa taille avec la souris ;
changer sa couleur avec la barre d'outils



MAQUETTE DE TRAVAIL



L'évaluation des productions des élèves

FICHE D'EVALUATION DE L'AFFICHE PUBLICITAIRE POUR CLERMONT FERRAND

Critères d'évaluation	Satisfaisant	Moyen	Insuffisant
La production illustre la notion de métropole :			
Elle insiste sur l' accessibilité de Clermont Ferrand			
Elle souligne la proximité de la chaîne des Puys et la richesse du centre historique			
Elle met en évidence la présence de fonctions de haut niveau dont les sièges sociaux d'entreprises comme Michelin, FTN leader mondial du pneumatique			
Elle évoque la présence d'une population qualifiée , la participation au réseau des villes apprenantes , la présence d'un centre universitaire, la multiplication des équipements culturels			
Elle montre des projets urbains actuels répondant aux principes du développement durable			
La production répond aux caractéristiques de l' affiche publicitaire :			
Elle comporte des illustrations pertinentes			
Elle propose des textes courts : slogan, données chiffrées			
Sa composition est équilibrée et attractive			
Sa présentation est soignée : qualité des images ; qualité des textes			

Quelques productions d'élèves

Une forme respectée et un effort de créativité

Trop peu de texte pour vraiment expliciter la notion de métropole

Clermont-Ferrand

Une chaîne des puys classé au patrimoine mondial de l'Unesco

2019 Comédie / Scène Nationale

Michelin, firme multinational implanté à Clermont Ferrand participe à la metropolisation de la ville

Sa situation de carrefour permet au étudiant un acces facile dans toute la ville

Notre objectif devenir la métropole phare du centre de la France

Des illustrations parfois mal choisies et des textes maladroits



**Clermont-Ferrand,
La Ville Au Centre De VOS
Activités !**

CLERMONT- FD

Peut-on imaginer un monde sans Clermont ?

L'entreprise
MICHELIN

Since 1889



des paysages
SANS EGALES



Une vraie
passion
pour le
sport



PRÈS DE
40 000
étudiants

Des caractéristiques des métropoles moins bien perçues :
l'accessibilité et l'insertion dans les réseaux ;
les projets urbains pour maintenir la compétitivité et l'attractivité

CLERMONT FERRAND

METROPOLE DU FUTUR



Une simple allusion à la firme Michelin par son logo, sans référence à son rôle mondial et à ses activités dans la ville

UNE ADAPTATION POSSIBLE A L'EXEMPLE STEPHANOIS

Une ville moyenne au passé industriel

Ville-centre de 225 000 hab. au plus fort de sa population – 175 000 aujourd'hui
Des activités minières, sidérurgiques, textiles

Une « shrinking city »

Délocalisations, fermetures des sites industriels, développement des **friches**
Déclin démographique de l'aire urbaine et vieillissement de la population
Echec des politiques urbaines de reconversion économique et endettement
Déficit d'image

Mondialisation
+
Métropolisation

Des facteurs d'intégration

La présence d'une grande **FTN** : le groupe Casino
La participation à des **événements sportifs** : coupe du monde 1998, coupe d'Europe 2016, ville-étape du Tour de France
Une foire internationale

Une politique urbaine novatrice depuis les années 1990

Refondation de l'image de la ville et **patrimonialisation** : le **Design** comme référentiel de l'action urbaine ; Cité du design ; label « Ville d'art et d'histoire » ; classement UNESCO
Projet urbain ambitieux : raviver le tissu économique ; renforcer l'attractivité résidentielle pour les familles et les CSP moyennes et supérieures ; développer les fonctions culturelles ; Smart city ; déplacements et développement durable

Une ville en renouveau

Affirmation de centralités secondaires
Enrayement du déclin démographique

Mais des interrogations

La question de l'accessibilité : A47 saturée ; A45 enterrée
La proximité de Lyon : atout ou handicap ?

Quelques ressources pédagogiques :

Pour une sortie sur le terrain :

La Maison du Projet

= tout nouvel espace de présentation du projet urbain ouvert par la municipalité de Saint-Etienne au 10 rue Louis Braille

Accueil gratuit des scolaires sur réservation au moins une semaine à l'avance. Possibilité – sur demande et sous réserve de disponibilité – de rencontre avec des responsables de l'urbanisme.

Présentation des axes prioritaires du projet urbain

Maquette des zones d'intervention de l'EPASE

Cartes thématiques

Tablettes numériques pour étudier les aménagements dans les différents quartiers de la ville : Châteaueux, Pont de l'Ane-Monthieu, Carnot-Terrasse-Bergson, Tarentaize...

Espaces de présentation sur la 3^e ligne de tram, la nature en ville, la smart city, le design en ville.

Pour un travail en classe, quelques exemples de documents à exploiter :

« Saint-Etienne tente de redorer son image en multipliant les projets urbains »

Son image de ville industrielle sinistrée lui colle certes toujours à la peau, mais Saint-Etienne refuse de le vivre comme une fatalité. Sans renier son passé, la ville opère une importante reconversion urbaine. Les projets mis en oeuvre depuis quelques années devraient raviver le tissu économique et offrir un habitat plus adapté aux besoins. Il était temps car, depuis les années 1990, sa population ne cesse de décroître. Faute de travail et d'une offre attractive en logements, les Stéphanois préfèrent s'installer ailleurs.

Autour de la gare TGV/TER, Châteaueux illustre cette volonté. Sur 60 hectares, ce nouveau quartier à la fois d'affaires et d'habitation est en train de sortir de terre. D'ici à 2018, 200 000 m² de bureaux (9 000 emplois prévus), 600 places de parking, 180 boutiques et 1 000 nouveaux logements y seront créés. Déjà, 111 logements ont été livrés et 283 entreprises y ont élu domicile. Et ce n'est pas terminé.

Outre les 14 000 m² de bureaux, commerces et logements en cours de livraison, 45 000 m² supplémentaires vont d'ici peu être autorisés. « *Le quartier commence à devenir agréable et vivant, même le soir*, s'exclame Florent Pigeon, adjoint à l'urbanisme de la ville. *Cette zone, qui sera bien intégrée au reste de la ville et parfaitement desservie, va devenir le premier pôle d'affaires de l'agglomération.* » Les retombées sont en effet visibles. « *Le quartier est méconnaissable. Les immeubles neufs de standing rehaussent l'image du secteur* », indique Nicolas Javelle, gérant d'une agence immobilière dans le secteur.

A deux pas de Châteaueux, les élus comptent aussi sur l'aménagement du secteur Manufacture Plaine Achille et ses 100 hectares pour donner un nouvel élan à la ville. Un grand campus est en train de voir le jour, regroupant enseignement, recherche, activités économiques, culture, habitat et loisirs. « *La ville compte 25 000 étudiants et ce projet devrait en attirer 10 % de plus* », espère M. Pigeon. Du sang neuf bienvenu pour une ville à la population vieillissante.



Le quartier d'affaires de Châteaucreux – Photographie Agence Bastille

<https://www.agencebastille.com/portfolio/letablissement-public-damenagement-de-saint-etienne/>

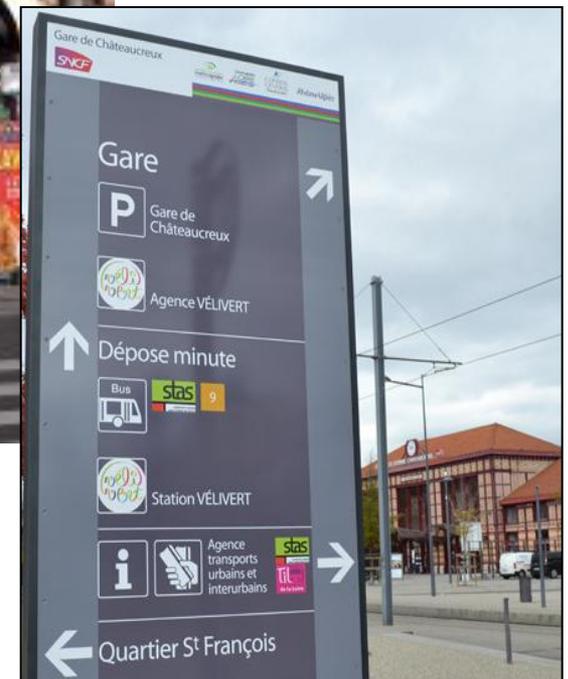
Affiche publicitaire « Investir – Se développer – Anticiper » Gare TGV – 40 min de Lyon – 2h 40 de Paris.

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE



Le pôle multimodal de Châteaucreux

Source : <http://www.mobilicites.com/011-3529-Saint-Etienne-veut-une-troisieme-ligne-de-tramway.html>



Le siège social du groupe Casino dans le quartier de Châteaureux

Source : <http://www.congres-saint-etienne.com>



« Que reste-t-il de Casino dans la capitale ligérienne ? »

Un stade et une couleur (le Vert) ! (...)

Le groupe stéphanois Casino s'est imposé comme un des leaders mondiaux de la grande distribution. Tout a commencé en 1898, lorsque Geoffroy Guichard, déjà propriétaire d'une épicerie dans l'ancien Casino lyrique, fonde la Société des Magasins Casino. Très vite, la réputation de l'entreprise dépasse les frontières du territoire stéphanois. Le groupe Casino demeure cependant une entreprise très ancrée à Saint-Etienne. Elle a été l'un des employeurs les plus importants de Saint-Etienne et a largement participé à son essor. En 2016, le groupe a confié ses archives aux Archives municipales. Le groupe Casino et la Ville ont signé une convention concernant le dépôt du patrimoine historique de l'enseigne.

D. Mazzola pour France Info le 26 novembre 2018

SAINT-ÉTIENNE EST LA CAPITALE DU DESIGN

ÇA VOUS ÉTONNE ?

Pourtant, ça fait 200 ans qu'elle invente. Et ça continue tous les jours. La preuve : Saint-Etienne est la seule ville française désignée Ville UNESCO design. Elle est aussi labellisée French Tech / Design Tech. Et la 9^e édition de la Biennale Internationale Design Saint-Etienne 2015 a accueilli 210 000 visiteurs. C'est ça l'expérience design.

www.saint-etienne.fr



Campagne de communication de la ville de Saint-Etienne (2015)

« Pourtant ça fait 200 ans qu'elle invente. Et ça continue tous les jours. La preuve : Saint Etienne est la seule ville française désignée ville UNESCO Design. Elle est aussi labellisée French Tech / Design Tech. Et la 9^e édition de la Biennale Internationale Design Saint Etienne 2015 a accueilli 210 000 visiteurs. C'est ça l'expérience Design. »

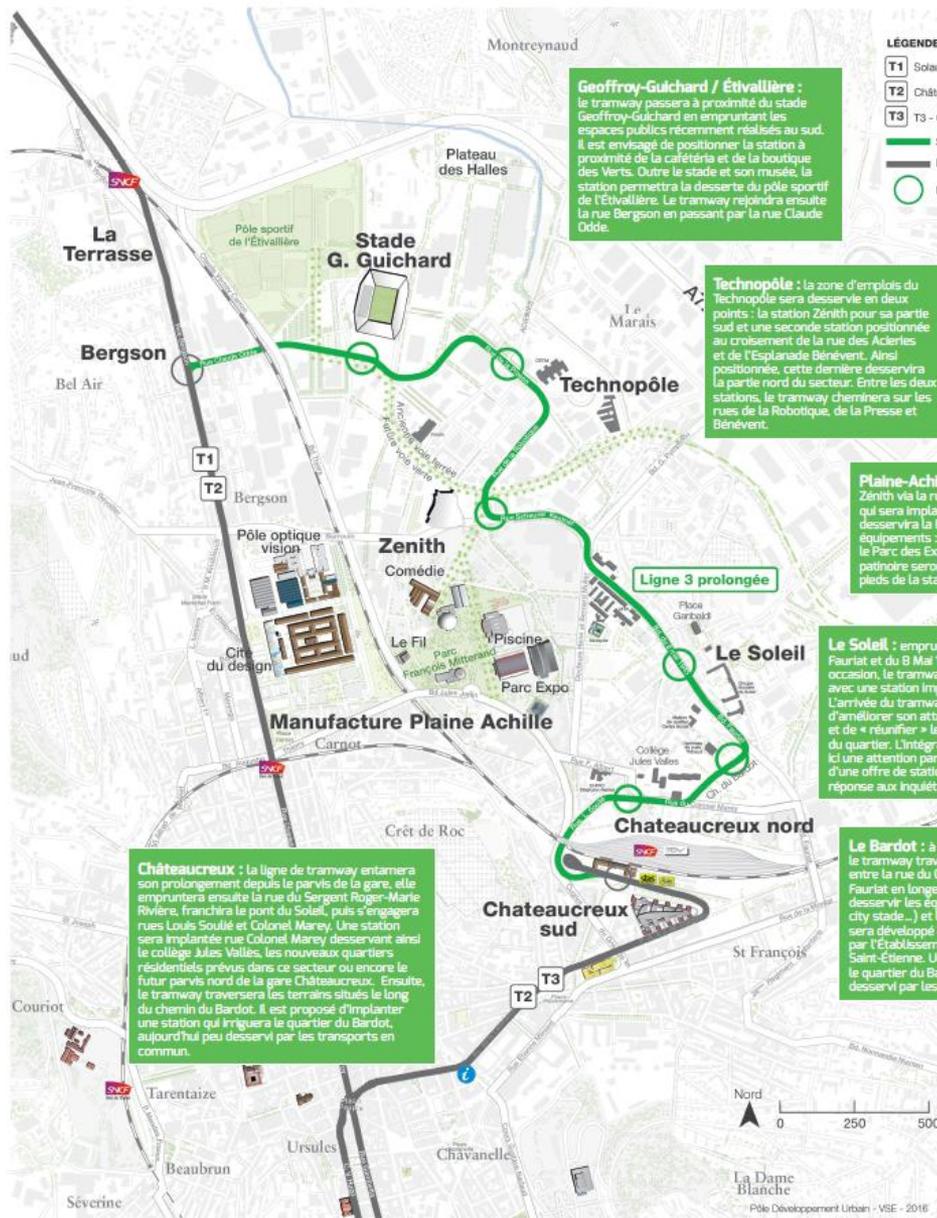
Un nouveau pôle commercial dans le secteur du Pont de l'Ane : STEEL

D'après le site <https://www.saint-etienne.fr> (2018)



Ce parc d'activités commerciales à ciel ouvert de 70 000m² mariera services, commerces et loisirs : 48 moyennes et grandes surfaces, 9 restaurants, un hôtel, une cité des enfants, un pavillon du design. Il représente 150 millions d'euros d'investissement privé et permettra la création de 600 emplois en phase d'exploitation.

L'enjeu est de renouveler l'offre commerciale à Saint-Etienne, de mieux satisfaire la demande des Stéphanois et d'endiguer l'évasion commerciale vers Givors. Le projet vise aussi à requalifier l'entrée de ville de deux communes, Saint-Etienne et Saint-Jean-Bonnefonds



Le tracé de la 3^e ligne de tramway et ses enjeux

Source : site de Saint Etienne Metropole

La ligne T3 sera prolongée de Châteaueux à La Terrasse en tronçon commun avec les lignes T1 et T2.

**POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE**



RÉGION ACADÉMIQUE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION

