

# **Commission « économie, agriculture, tourisme » Compte rendu de la réunion du 2 décembre 2008**

## **Déroulement de la réunion**

---

Jean-Pierre SALVAT, Président de la Communauté de communes du Chalabrais, accueille les participants. Il précise que ces commissions thématiques s'inscrivent dans une démarche de développement local portée par la Communauté de communes du Chalabrais et le Conseil Général de l'Aude depuis 1980, comme prévue dans les statuts.

« Mise en place d'une politique de développement local associant les habitants, les élus, les socio-professionnels et les administrations dans le but de définir des objectifs de développement et d'aménagement et de permettre la programmation pluriannuelle d'actions communautaires avec une contractualisation des moyens liés à la mise en place de ces programmes (Pays HVA, CG, CR, Etat, Europe) » Extrait des statuts approuvés le 28 juillet 2006.

En effet, le développement économique et l'aménagement de l'espace sont les deux compétences obligatoires pour toute Communauté de communes.

Dans ce cadre, plusieurs phases de concertation ont eu lieu ; la dernière d'importance a eu lieu en 2005.

Chaque période de concertation a permis de définir des objectifs et surtout d'élaborer un programme d'actions sur plusieurs années (souvent trois ans). Ainsi ont récemment vu le jour, de nouveaux services, tels le Transport à la demande et l'Espace internet ; de nouveaux équipements ont aussi été réalisés (l'Office de Tourisme, la déchetterie, la zone d'activités de Sainte Colombe). Ils complètent les nombreuses réalisations, fruits de ces programmes d'actions successifs, en matière sociale (service d'aides à domicile, création d'un nouveau local pour la crèche et le centre de loisirs, etc.) et culturelle (musée du Quercorb, programmation jeune public Car'al'oulo, festival).

### Quels sont les enjeux en matière de développement économique ?

- Le maintien et le développement de l'emploi
- La diversification des activités économiques et l'organisation des filières
- L'attractivité du territoire

→ Cette réunion avait pour but, par la discussion et l'échange, d'identifier les besoins du territoire dans le domaine économique puis de réfléchir à des pistes d'actions en réponse à ces besoins.

**Ainsi, voici l'ensemble des réflexions et pistes d'actions émises par les participants, lors de cette réunion, regroupées par objectif thématique.**

**THEMATIQUE : ECONOMIE, AGRICULTURE ET TOURISME**

<b>Besoins identifiés</b>	<b>Pistes d'actions</b>
<p><b><u>Emploi</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emploi local contraint par les charges salariales et les conséquences financières lourdes en cas de licenciement pour les entreprises</li> <li>- Certaines compétences spécifiques difficiles à trouver (ex. boucherie)</li> <li>- Besoins potentiels en emploi partagé (ex. réussi d'emploi partagé entre les différentes entreprises PIERRON)</li> </ul>	<p><b><u>Favoriser l'emploi partagé et la formation</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'un groupement d'employeurs privé ou public-privé (possible depuis 2005, selon l'exemple de ceux créés par la Chambre d'Agriculture de l'Aude)</li> <li>- Développer / créer des structures de formation</li> </ul>
<p><b><u>Coordination</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordination entre acteurs du tourisme et commerces et services (poste, banque, besoin d'un distributeur de billets l'été à Puivert)</li> <li>- Coordination entre les jours et horaires d'ouverture des commerces et des services (poste, banque)</li> </ul>	<p><b><u>Optimiser les impacts positifs entre structures</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir des référents, des interlocuteurs privilégiés : notamment via la relance d'une association des commerçants qui pourrait être cet interlocuteur privilégié</li> <li>- Entamer un dialogue pour coordonner les périodes d'ouverture des commerces et des services par rapport à l'activité touristique (problématique de la qualité de l'accueil et du rôle important des commerçants par rapport aux touristes)</li> <li>- Négocier pour coordonner les horaires d'ouverture des services avec ceux des commerces (influence sur la fréquentation des commerces)</li> </ul>
<p><b><u>Santé</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintien / développement des services médicaux pour le maintien de l'attractivité du territoire auprès de la population existante et de potentiels nouveaux habitants</li> <li>- Absence de cabinet ou de maison de santé est un frein à la venue d'un médecin pour le remplacement de M. CROËSI</li> </ul>	<p><b><u>Favoriser le maintien d'un haut niveau de services de santé</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réflexion pour la création d'une maison médicale (=locaux regroupant les différents secteurs médicaux permettant la mutualisation de moyens humains et techniques.</li> </ul>
<p><b><u>Services</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La station essence est un besoin pour les touristes et un élément décisif pour la venue de nouveaux arrivants</li> </ul>	<p><b><u>Permettre l'accès aux services essentiels</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Station essence actuellement propriété privée : réouverture imminente, ne nécessite donc pas d'intervention publique</li> </ul>

Besoins identifiés	Pistes d'actions
<p><b><u>Productions locales</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoriser les productions locales</li> <li>- Démarche de qualité</li> </ul>	<p><b><u>Valoriser les productions locales</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Démarche départementale en cours autour de la marque « Pays cathare », labellisation contre le respect d'un cahier des charges</li> <li>- Local de vente pour les producteurs locaux (une expérience a déjà eu lieu dans une cabane de vente à l'entrée du château de Puivert, mais très faible rentabilité, opération abandonnée)</li> <li>- Jean-Pierre SALVAT est en contact avec un maraîcher bio en recherche de terrain (1-2ha) pour son installation. Trouver un terrain disponible adapté à cet activité, nécessite le relais des mairies</li> </ul>
<p><b><u>Diversifier l'économie</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attirer d'autres clientèles</li> <li>- Attirer de nouvelles populations</li> <li>- Présence de nombreux artistes, artisans et artisans d'art sur le territoire à valoriser</li> </ul>	<p><b><u>Diversifier l'économie locale</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer des pôles, des réseaux locaux ou des filières spécifiques (artisanat d'art, bio, etc.)</li> <li>- Créer un pôle d'artisanats d'art sur Chalabre qui pourrait accueillir des artisans extérieurs au territoire (ex. Sauveterre de Rouergue), nécessite de trouver un local de grande surface qui pourrait être dédié à cela</li> </ul>
<p><b><u>Immobilier</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besoin d'une information centralisée et accessible en matière de location ou d'acquisition de terrains ou d'immobiliers</li> <li>- Besoin du relais des mairies pour inventorier et tenir à jour ces informations</li> </ul>	<p><b><u>Faciliter les nouvelles implantations / installations</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recenser les disponibilités locatives</li> <li>- Communiquer sur les disponibilités locatives (via un site internet) ; implique un partenariat indispensable avec les mairies pour conserver un tel outil à jour</li> </ul>
<p><b><u>Communication / image</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besoin de mettre davantage en avant le site Internet de la Communauté de communes. Lorsque l'on saisit Chalabre, il devrait être un des premiers à s'afficher</li> <li>- Changer le regard sur le Chalabrais qui n'est pas « loin de tout » mais « au centre de tout »</li> </ul>	<p><b><u>Améliorer la communication</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer le référencement du site WEB (également une demande au niveau des acteurs du tourisme)</li> <li>- Communiquer davantage sur la position centrale du Chalabrais par rapport aux stations de ski, aux châteaux cathares, à l'Andorre, aux villes de Toulouse et Carcassonne, positionnement stratégique pour un touriste notamment</li> </ul>

Besoins identifiés	Pistes d'actions
<p><b><u>Attractivité / cadre de vie</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besoin de lutter contre l'image négative que renvoi en l'état le marché de Chalabre (particulièrement ressenti comme négatif par les nouveaux arrivants)</li> <li>- Perte de clientèle par l'absence d'attraction du marché</li> <li>- Charme de la commune de Chalabre sous valorisée</li> <li>- Peu de producteurs du Chalabrais peuvent intervenir sur le marché à l'heure actuelle en raison du type de production (viande bovine)</li> </ul>	<p><b><u>Améliorer le cadre de vie et l'attractivité du territoire</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer l'image de Chalabre en relançant un marché dynamique et attractif (pour ce faire, besoin de connaître la position des commerçants à ce sujet)</li> <li>- Un poissonnier de qualité est un point d'attraction pour un marché</li> <li>- Si renouvellement d'un marché, nécessité de se démarquer par rapport aux marchés de Mirepoix et Espéaza, pourquoi pas en jouant la carte du bio, ou autre thématique à définir</li> <li>- Possibilité d'associer un événement (type vide-grenier) pour relancer le marché</li> </ul>
<p><b><u>Diagnostic</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de connaissance sur l'état de santé de l'économie locale, les perspectives</li> </ul>	<p><b><u>Etudier de manière prospective le potentiel d'emploi local et futur</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etudier précisément l'existant, les ressources utilisés et les potentialités sous employées au sens large</li> <li>- Identifier des potentialités non encore exploités, des besoins clientèles satisfaits à l'extérieur du territoire ou par des entreprises extérieure (lancement d'une enquête ?)</li> <li>- Besoin d'une étude stratégique économique</li> </ul>

## **LISTE DES PARTICIPANTS :**

<b>ANTONIO</b>	Didier	Artisan Boucher	CHALABRE
<b>BACAVE</b>	Serge	Chef d'entreprise / maire St Benoît	SAINT-BENOÎT
<b>BOUSSA</b>	Alain	retraité parisien	CHALABRE
<b>CANET</b>	Yvette	Maire de Gueytes et Labastide	GUEYTES ET LABASTIDE
<b>CHEVALLEY</b>	Gabriel	Menuisier ébéniste	PUIVERT
<b>ETTORI</b>	Yves	C. municipal Chalabre / Vice-président de la CCC	CHALABRE
<b>FRANZONE</b>	Pierre-Henri	Pharmacien	CHALABRE
<b>JANISSET</b>	Michèle	Artisan d'art et céramiste	PUIVERT
<b>JEAN</b>	Jean-Claude	Habitant de Peyrefitte du Razès	PEYREFITTE DU RAZES
<b>LEFEBVRE</b>	Daniel	maire de Sonnac	SONNAC SUR L'HERS
<b>MOIRE</b>	Jean-Pierre	Naturopathe	CHALABRE
<b>PIANZOLA</b>	Sophie	Gérante du camping de Puivert	PUIVERT
<b>PIERRON</b>	Aurélien	Artisan Garagiste	CHALABRE
<b>PIERRON</b>	Jean-Paul	Artisan Taxi	CHALABRE
<b>RIGAUD</b>	Jeanine	C. municipale Puivert / salariée Chambre d'Agriculture	PUIVERT
<b>ROSICH</b>	Roger	Conseiller Général du canton	CHALABRE
<b>SALVAT</b>	Jean-Pierre	Président CCC	CHALABRE
<b>VALETTE</b>	Stéphanie	Agent de développement local	CHALABRE