

stan

&

n|e|w
T|O|N
OFFICES

L'Observatoire des Métropoles

L'attractivité des 12 grandes métropoles françaises
vue par les salariés et les dirigeants



Edition N° 1 - Novembre 2023

Une enquête

ODOXA
l'opinion française

enrichie d'une analyse

KPMG

Avant-propos	3
La méthodologie et le périmètre	4
Les principaux enseignements de l'observatoire	5
Les résultats	6
Le classement de l'attractivité des métropoles	7
La mobilité des salariés	9
Les critères clés dans la mesure de l'attractivité d'une métropole	10
Le dynamisme économique	11
Le classement par filières économiques	12
Le panorama des métropoles sur les critères d'attractivité vus par les entreprises	14
Avis d'expert, l'analyse de KPMG	16
L'observatoire des métropoles et ses acteurs	18



Nous avons créé Newton Offices avec l'ambition de devenir le partenaire immobilier des dirigeants en régions. Le choix d'un immeuble est une décision stratégique qui a des impacts financiers, RH et RSE. Lorsque nous avons constaté le manque d'offre flexible dans les grandes métropoles, et que j'ai expérimenté personnellement la difficulté de trouver des bureaux de qualité, nous les avons créés. Né à Marseille, Newton Offices se développe de Lille à Montpellier en passant par Lyon, Lille, Toulouse, etc. Nous avons bâti notre activité au service des dirigeants d'entreprises de toutes tailles, de la TPE aux grands groupes du CAC 40.

Leur donner la parole, comprendre leurs enjeux et leurs besoins nous anime au quotidien, notamment au travers du podcast "Extra-Muros" dans lequel nous avons interrogé une cinquantaine de dirigeants pour découvrir les coulisses de leur succès en régions. Mais nous savons aussi à quel point l'opinion de leurs salariés compte pour ces dirigeants et est un facteur décisif dans leurs choix d'implantation. Parce que la revitalisation des territoires est un sujet qui nous tient particulièrement à cœur, nous avons cette étude en tête depuis plusieurs années. Nous avons lancé cet Observatoire des Métropoles pour prendre le pouls de la perception de l'attractivité de chaque métropole, comprendre l'image qu'ont les Français des plus grandes villes du pays et faire toute la lumière sur leurs qualités et spécificités propres. Les résultats obtenus valident le pari de Newton Offices dont la raison d'être est d'accompagner le déploiement de l'économie dans les villes et les territoires. Nous sommes donc ravis de constater une nouvelle forme de décentralisation. Nous espérons que cet Observatoire des Métropoles permettra d'éclairer l'ensemble des acteurs concernés, pour les sensibiliser aux besoins des entreprises et ainsi les attirer dans les métropoles régionales les plus adaptées.

Guillaume Pellegrin

Président fondateur, Newton Offices



Au cours de ses 10 ans d'existence, le cabinet Stan a forgé la conviction que l'avenir est dans les territoires, là où entreprises et décideurs locaux relèvent les grands défis de notre époque. Au cœur de ces territoires, les métropoles jouent un rôle pivot, renforcé par les grandes dynamiques de digitalisation, de modernisation, de mondialisation... Bien connaître les métropoles et comprendre ce qui fait leur attractivité est essentiel pour construire l'avenir. Au-delà des données et indicateurs chiffrés qui existent déjà par ailleurs, nous sommes convaincus qu'il est important de s'attacher à la perception des acteurs économiques de chacune des métropoles,

premiers concernés par ces enjeux. Comment les grandes métropoles sont-elles perçues par les salariés et les dirigeants d'entreprises, ceux-là même qui en font la dynamique, qui s'y investissent et y travaillent au quotidien ? Comment jugent-ils l'attractivité des métropoles ? Quels sont leurs critères de choix et leurs motivations pour s'installer dans une autre métropole ? La première édition de notre Observatoire des Métropoles, lancée avec Newton Offices, est riche d'enseignements et réserve quelques surprises qui battent en brèche certaines idées reçues. Elle s'appuie sur une grande enquête menée par Odoxa et commentée par KPMG, qui montre par exemple la grande mobilité des salariés d'une métropole à l'autre, l'importance de la qualité de vie et de l'environnement dans le choix d'une métropole et la place essentielle du capital humain dans le choix d'implantation d'une entreprise. Cet Observatoire des Métropoles a été conçu comme un outil qui éclaire sur les motivations des dirigeants d'entreprises et des salariés à s'installer dans une métropole, nous permettant de classer et suivre les positions des métropoles au fil du temps. Il a également vocation à être un outil de terrain, de dialogue et de prospective, proposé aux acteurs publics et privés de chacune des 12 plus grandes métropoles pour contribuer à nourrir leurs axes de développement.

Katia Fiorentino,

Associée, cabinet Stan

LA MÉTHODOLOGIE ET LE PÉRIMÈTRE

L'OBSERVATOIRE DES MÉTROPOLES, C'EST :

Le palmarès des métropoles les plus attractives selon différents critères (mobilité, immobilier, environnement, dynamisme économique, qualité de vie, capital humain...) pour les dirigeants et les salariés.

Un outil qui éclaire sur les motivations des entreprises et celles des salariés à s'installer dans une métropole.

LES 12 MÉTROPOLES ANALYSÉES*

- Métropole du Grand Paris
- Métropole d'Aix-Marseille-Provence
- Métropole de Lyon
- Métropole Européenne de Lille
- Bordeaux Métropole
- Toulouse Métropole
- Nantes Métropole
- Métropole Nice-Côte d'Azur
- Eurométropole de Strasbourg
- Métropole de Rouen Normandie
- Montpellier Méditerranée Métropole
- Rennes Métropole

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

* Il s'agit des 12 plus grandes métropoles en nombre d'habitants.

RECUEIL

- Échantillon de salariés interrogés par Internet **du 6 au 28 septembre 2023.**
- Échantillon de chefs d'entreprises interrogés par téléphone **du 31 août au 26 septembre 2023.**

ÉCHANTILLONS

312 CHEFS D'ENTREPRISE 

L'échantillon est représentatif des entreprises en base salariés selon leur taille et leur secteur d'activité, c'est-à-dire que chaque entreprise est pondérée selon son nombre de salariés et son secteur d'activité.

1 085 SALARIÉS 

Issus d'un échantillon représentatif de Français.

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'OBSERVATOIRE



par Gaël Sliman, Président d'Odoxa

*Les trois-quarts
des salariés
sont prêts
à la mobilité*

1 Les douze métropoles testées dans notre observatoire intéressent bon nombre d'entreprises et de salariés en vue d'une implantation. D'ailleurs, **la mobilité potentielle est beaucoup plus forte qu'on ne le croit : 74% des salariés** seraient prêts à s'installer dans une autre métropole.

2 **Bordeaux, et plus globalement les métropoles du sud** de la Loire sont celles qui sont perçues comme **les plus attractives** tant par les salariés que par les entreprises.

3 **La qualité de vie et l'environnement sont les principaux critères de sélection** d'une métropole par les salariés comme les entreprises.

4 **Les entreprises** ajoutent à ces dimensions **le "dynamisme économique"** perçu des métropoles... mais surprise (!), quand ils pensent à cela, **les patrons pensent davantage au capital humain** (les talents sur place) plutôt qu'à la fiscalité.

5 **En réalité, toutes les métropoles ont leur carte à jouer** pour séduire entreprises et salariés que ce soit en termes de filières (santé, digital, industrie...) ou en termes de critères de performance (immobilier, population, situation géographique, etc.). En effet, les métropoles qui "performent" sur le critère de l'immobilier ou sur la filière de la santé ou du digital ne sont pas celles qui sont jugées les meilleures sur le critère de leur situation géographique ou sur la filière industrielle.

LE CLASSEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTROPOLIS

Attractivité des métropoles : celles de **Bordeaux, Lyon et Lille** sont perçues **comme les 3 plus attractives par les chefs d'entreprises...** mais pratiquement toutes les métropoles sont jugées attractives par les deux tiers d'entre eux.

Les salariés aussi jugent la plupart des métropoles "attractives" et partagent largement les préférences des entreprises. Eux aussi placent Bordeaux en tête de ce palmarès. Cette fois, elle est accompagnée par les métropoles de Toulouse et de Montpellier.

AUX CHEFS D'ENTREPRISE

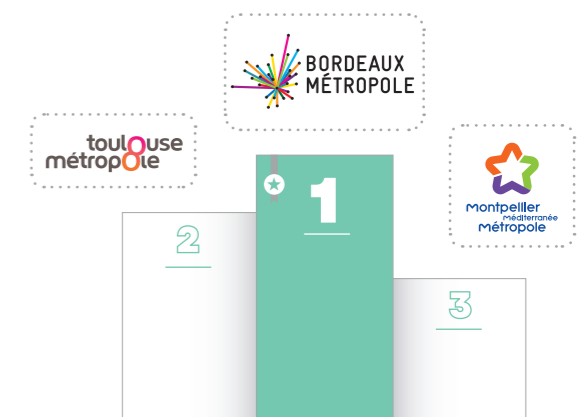
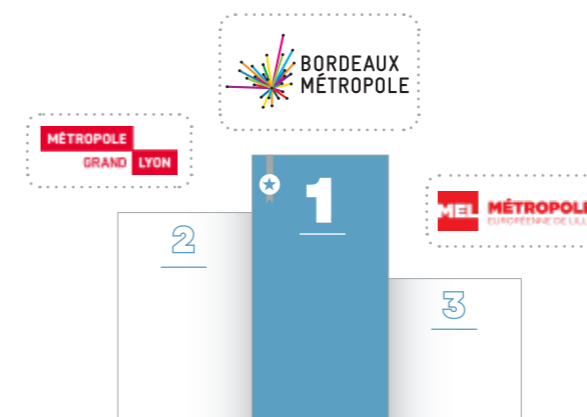
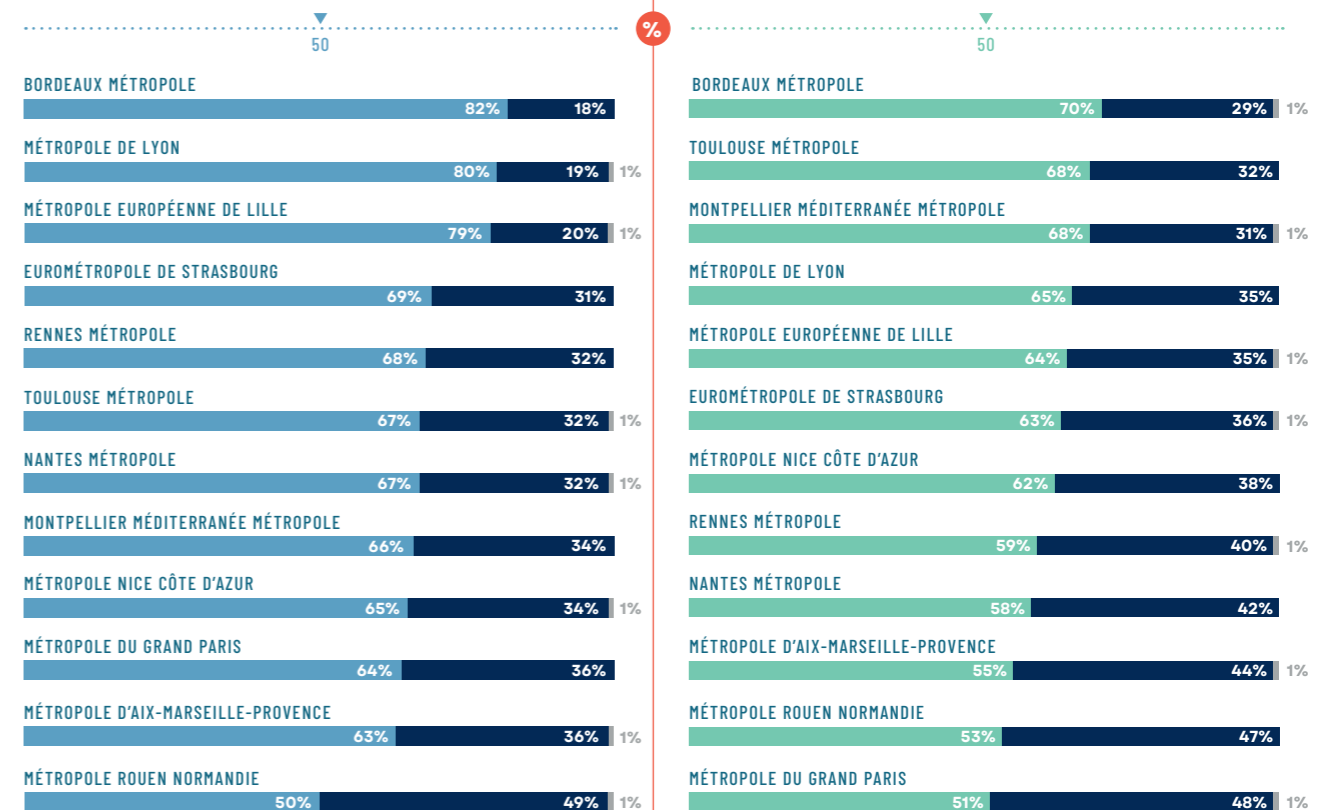


AUX SALARIÉS

OUI
NON
NSP

Pour chacune des métropoles suivantes, diriez-vous que c'est une métropole attractive ?

OUI
NON
NSP



Les résultats

LE CLASSEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTROPOLIS

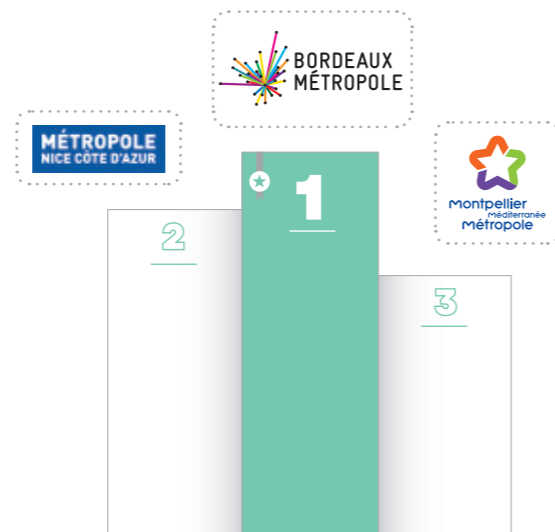
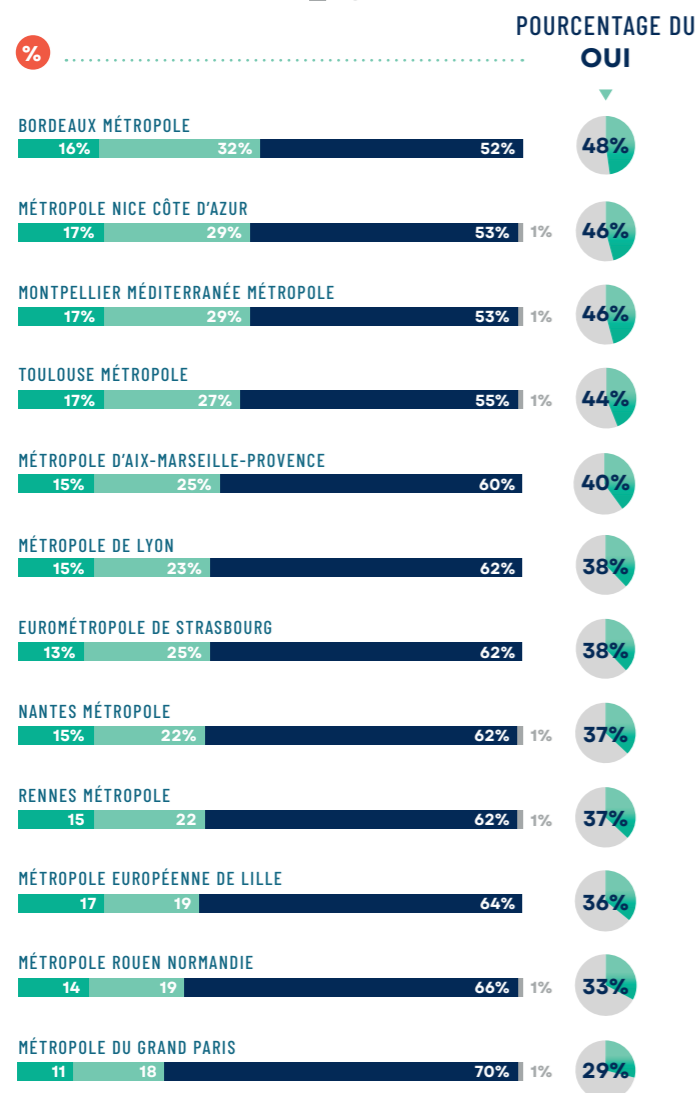
C'est aussi dans la métropole de Bordeaux que **les salariés s'installeraient le plus volontiers** si une opportunité professionnelle se présentait. Elle serait suivie par les métropoles "sudistes" de Nice, Montpellier, Toulouse et Aix-Marseille.



AUX SALARIÉS

Pour chacune des métropoles suivantes, (si en couple : si votre compagne ou votre compagnon était d'accord) seriez-vous prêt(e) à vous y installer si une opportunité professionnelle se présentait ?

- OUI, si on vous propose des conditions équivalentes qu'actuellement (poste, salaire...)
- OUI, si on vous propose de meilleures conditions qu'actuellement (poste, salaire...)
- NON
- NSP



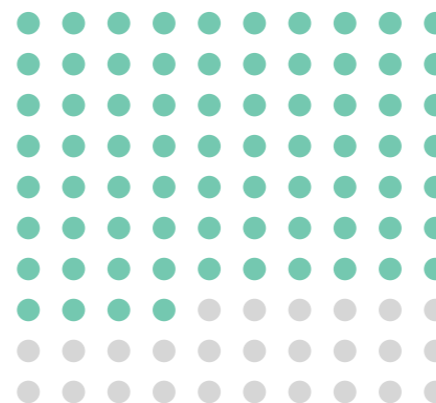
LA MOBILITÉ DES SALARIÉS

Peu mobiles les Français ?

Tout au contraire : 74% des salariés seraient prêts à s'installer dans l'une des douze métropoles testées si une opportunité professionnelle se présentait.



74%



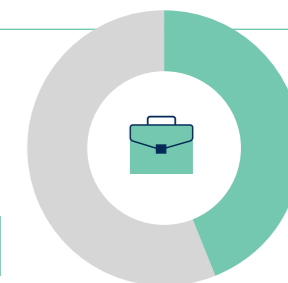
DES SALARIÉS

seraient prêts à s'installer dans l'une des douze métropoles testées si une opportunité professionnelle se présentait.



Le fait que la mutation se fasse avec un "boost" de salaire ou de poste serait évidemment un plus, mais n'est pas non plus rédhibitoire pour bon nombre d'entre eux.

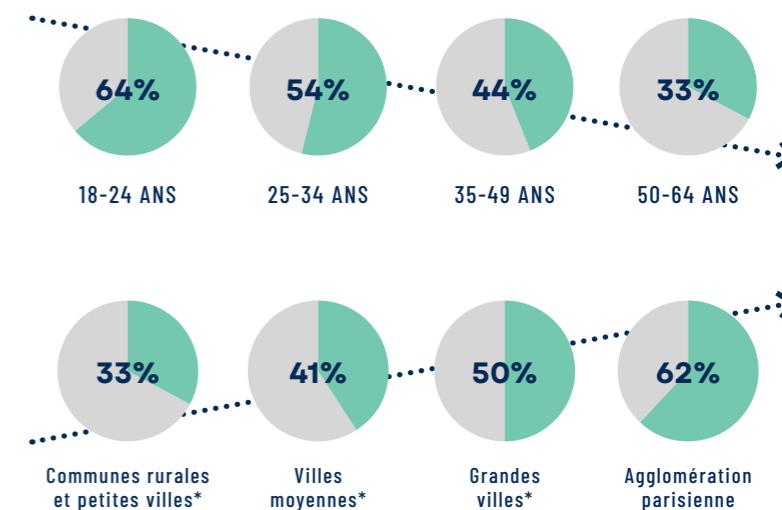
44%



DES SALARIÉS

sont prêts à bouger, sans avoir à la clé de meilleures conditions professionnelles qu'actuellement.

% DES SALARIÉS PRÊTS À UN DÉPART SANS CONDITION, SELON LEUR ÂGE ET LEUR LIEU D'HABITATION



* Communes rurales et petites villes : moins 20 000 habitants. Villes moyennes : entre 20 000 et 99 999 habitants. Grandes villes : 100 000 habitants et plus.

LES CRITÈRES CLÉS DANS LA MESURE DE L'ATTRACTIVITÉ D'UNE MÉTROPOLE

Les critères comptant le plus pour **les chefs d'entreprise** pour développer une antenne ou déplacer leur entreprise dans une métropole sont à la fois **“humainement qualitatifs”** mais aussi **“économiques”**.

Les critères comptant le plus pour **les salariés** pour choisir une métropole sont **la qualité de vie, l'environnement et l'immobilier**. Inversement, le dynamisme économique de la métropole est un critère bien moins important à leurs yeux.

AUX CHEFS D'ENTREPRISE



AUX SALARIÉS



Parmi les critères suivants, quels sont les trois* qui compteraient le plus pour vous si vous deviez...

développer une antenne ou déplacer votre entreprise dans une métropole ?

vous installer dans une métropole ?

Qualité de vie

c'est-à-dire la sécurité, la propreté, l'offre de services (écoles, crèches, hôpitaux...) et de loisirs (vie associative et sportive, restaurants, cinémas...)

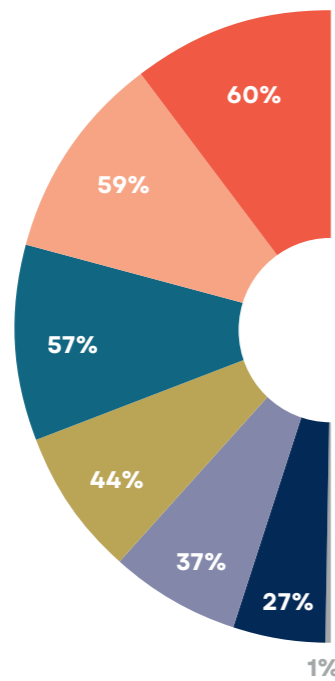
Environnement et situation géographique

c'est-à-dire le climat, la proximité avec la nature ou la mer, la qualité des espaces verts, la pollution ou encore la politique environnementale de la métropole ainsi que les ressources naturelles à proximité.

Immobilier

c'est-à-dire la disponibilité, la qualité et le prix des logements pour les salariés ainsi que ceux des locaux pour les entreprises.

* 3 réponses possibles (Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies)



Mobilité

c'est-à-dire le réseau routier, la fluidité du trafic et la possibilité de se garer, l'offre et la qualité des transports publics, la proximité avec un aéroport international ou encore le développement des pistes cyclables et des mobilités douces.

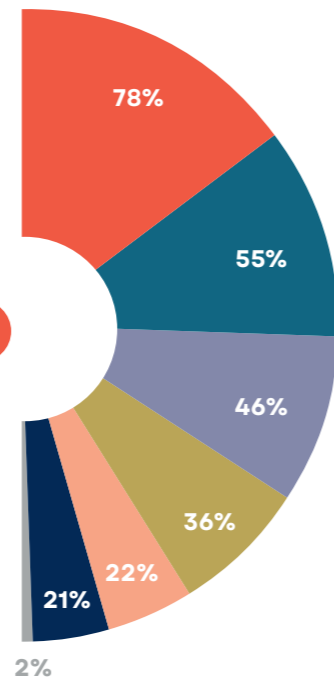
Dynamisme économique de la métropole

c'est-à-dire le nombre et les performances économiques des entreprises, la présence de filières économiques spécifiques ou encore la politique économique de la métropole comme sa fiscalité et son incitation à attirer les entreprises.

Population

c'est-à-dire le nombre d'habitants, leur profil (accueillant ou non) leur âge ou encore leur catégorie sociale, leur niveau de formation et leurs compétences.

NSP



LE DYNAMISME ÉCONOMIQUE

Preuve que le dynamisme économique n'est pas tout pour **les chefs d'entreprise, les métropoles qu'ils jugent, de très loin, les plus dynamiques d'un point de vue économique – Paris et Lyon – ne font pas partie des métropoles qui les attireraient le plus** pour une implantation.

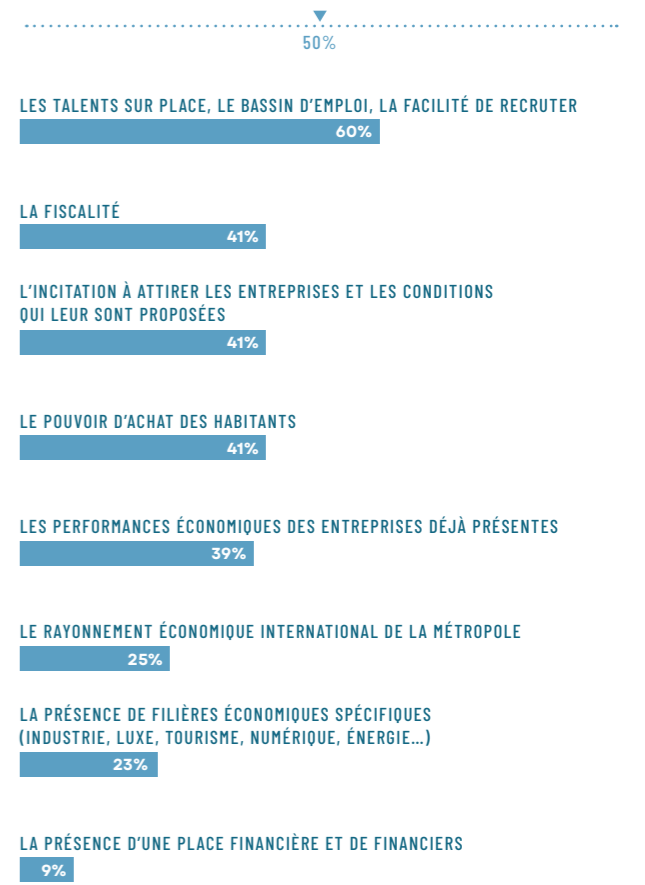
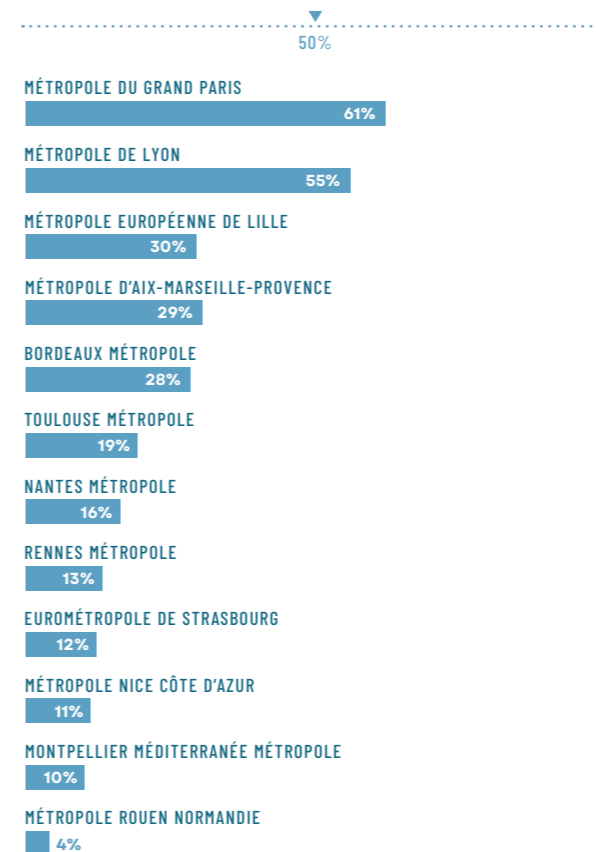
Quand ils pensent au dynamisme économique et à la politique économique des métropoles, le principal critère qui vient à l'esprit **des chefs d'entreprise** est le capital humain : c'est le fait d'**avoir des talents sur place**, un bassin d'emploi riche permettant de pouvoir recruter facilement des collaborateurs.

Quelles sont, selon vous, les trois* métropoles les plus dynamiques d'un point de vue économique ?

AUX CHEFS D'ENTREPRISE



Nous allons désormais parler du dynamisme économique et de la politique économique des métropoles. Pour vous, quels sont les trois* critères qui compteraient le plus si vous deviez développer une antenne ou déplacer votre entreprise dans une métropole ?



* 3 réponses possibles (le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies)

LE CLASSEMENT PAR FILIÈRES ÉCONOMIQUES

Paris Métropole se taille la part du lion. Sur les 4 grandes filières testées, elle se classe 1^{re} trois fois sur quatre (santé, industrie et digital) et finit deuxième derrière Lyon sur la 4^e filière testée (transition énergétique).

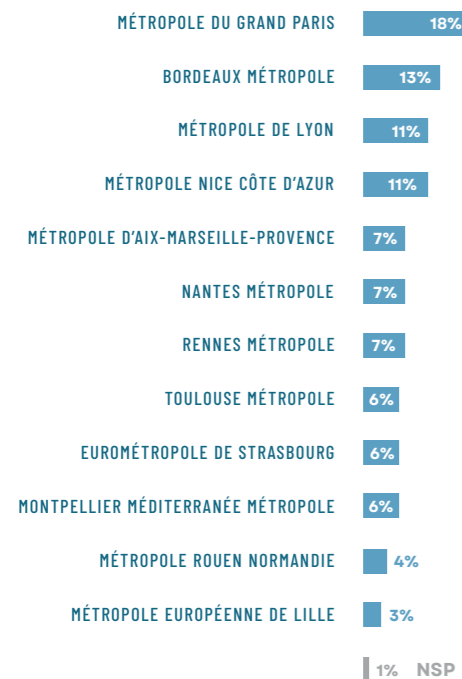
AUX CHEFS D'ENTREPRISE



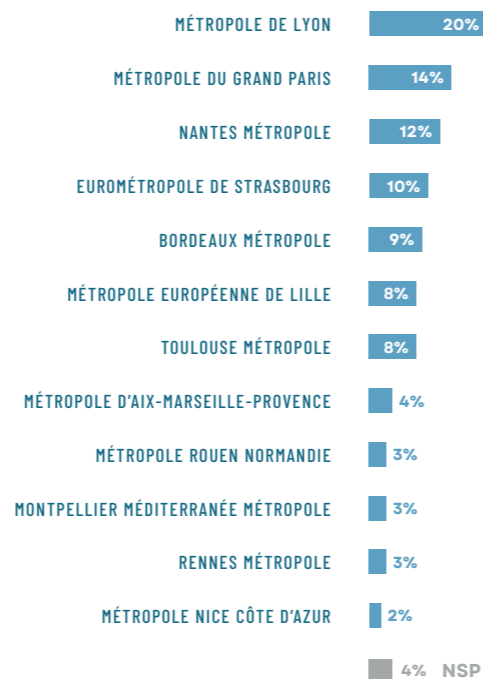
Quelle est pour vous la métropole la plus attractive sur chacune des filières économiques suivantes ?



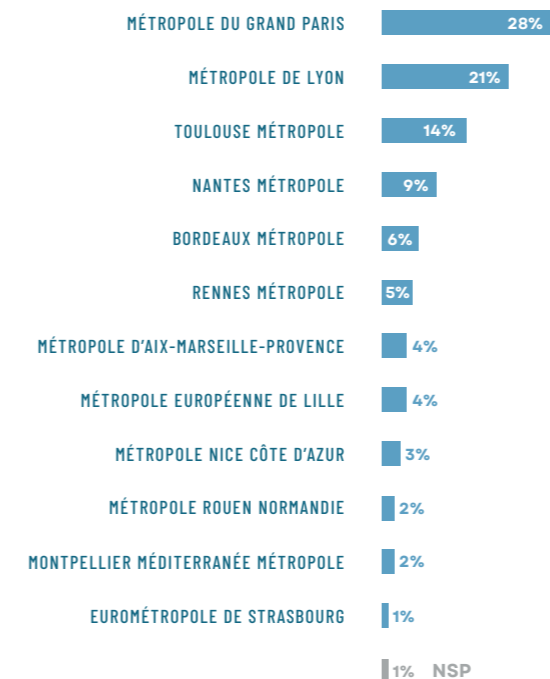
SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



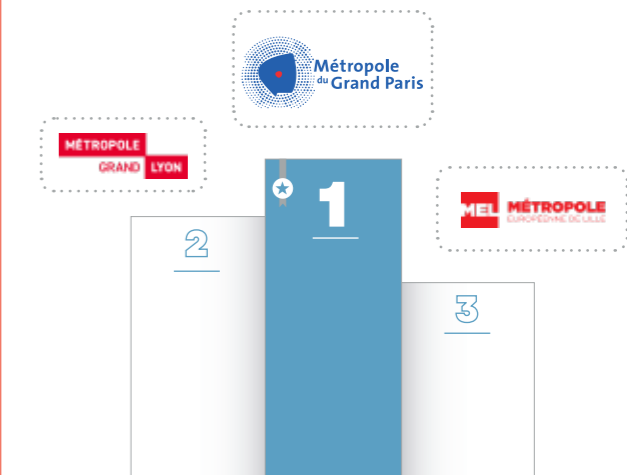
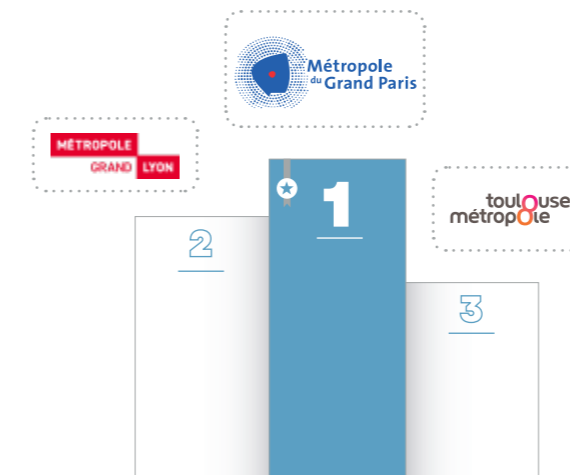
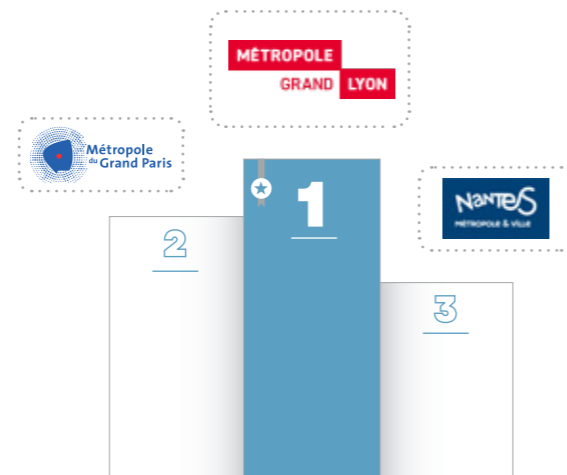
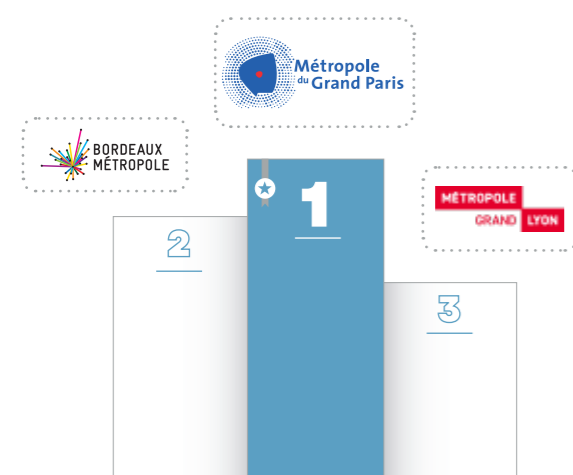
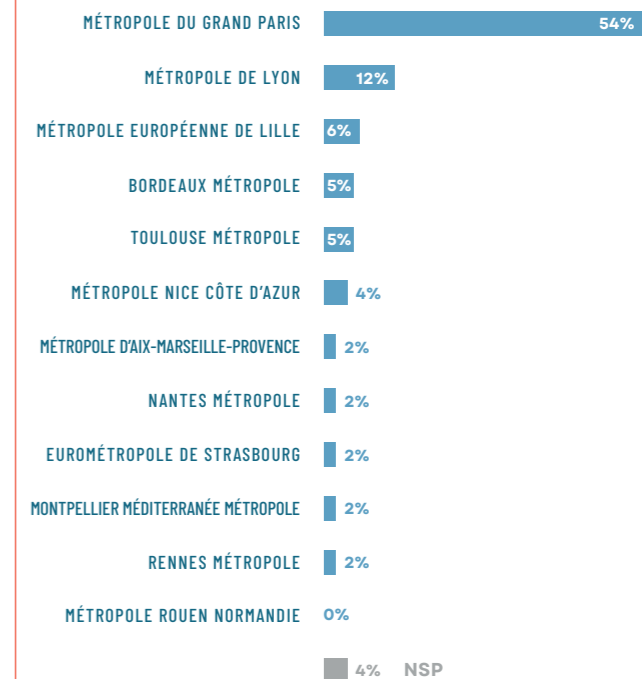
TRANSITION ÉNERGÉTIQUE



INDUSTRIES ET INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES



DIGITAL, NUMÉRIQUE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



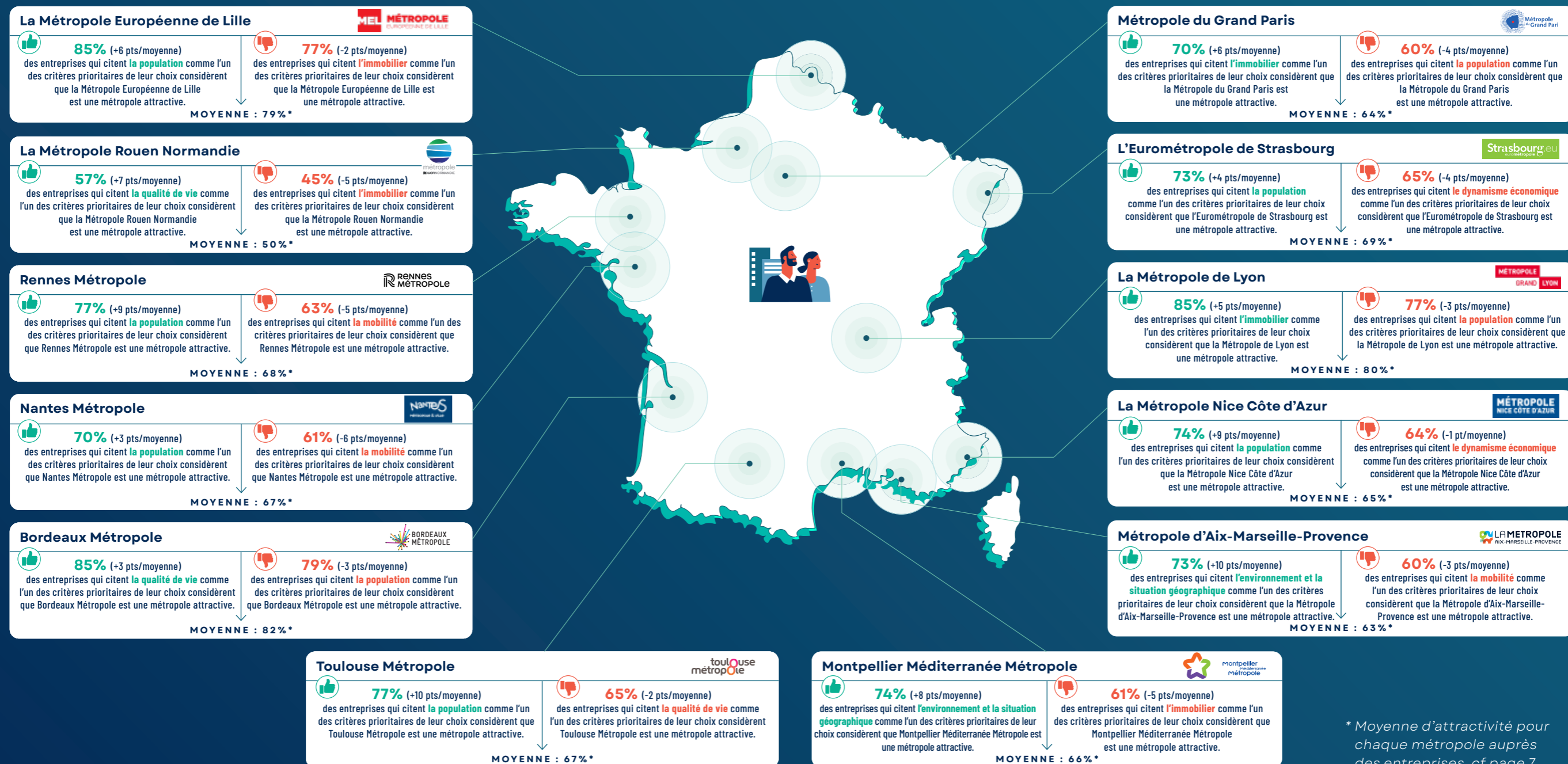
LE PANORAMA DES MÉTROPOLLES SUR LES CRITÈRES D'ATTRACTIVITÉ VUS PAR LES ENTREPRISES

Les entreprises priorisant **l'immobilier** ont tendance à privilégier plus souvent que la moyenne les métropoles de **Paris** (+6 pts/moyenne de citations Paris) et **Lyon** (+5 points).

Les entreprises qui privilégient le **critère "population"** surcotent **Lille** (+6 points), **Toulouse** (+10 points), **Nice** (+9 points), **Rennes** (+9 points) et **Nantes** (+3 points)...

Et celles qui misent avant tout sur la **qualité de vie**, citent plus que la moyenne **Bordeaux** (+3 points).

Enfin, le fait de privilégier le critère de **situation géographique** et d'**environnement** incite à surcoter **Montpellier** (+8 points).
Toute métropole ayant sa zone de force relative, même **Rouen** qui est la moins souvent privilégiée dispose tout de même d'un atout relatif : la "qualité de vie" (+7 points).



* Moyenne d'attractivité pour chaque métropole auprès des entreprises, cf page 7

AVIS D'EXPERT



Georges Maregiano,
Associé, Directeur National
du marché ETI KPMG France

Les métropoles ont-elles réussi leur pari ? Nombre d'études et de baromètres tels que la première édition de l'Observatoire des Métropoles le laissent penser. En effet, cette maille territoriale, à l'aune de ses compétences, apparaît faire échos à la fois aux enjeux des dirigeants d'entreprises et aux attentes des salariés et, de façon plus globale, de la population active.

Nous sommes devant un changement de paradigme. Les indicateurs économiques ne suffisent plus à déterminer seuls l'attractivité des métropoles.

Nous sommes devant un changement de paradigme. Il y a une décennie à peine, nous pouvions constater une corrélation totale entre l'attractivité des métropoles et leurs indicateurs économiques (croissance, emploi, investissements...). Aujourd'hui, d'autres éléments viennent pondérer, voire modifier cette logique. Ainsi la qualité de la vie, la culture et l'éducation, tout comme l'innovation et l'Entrepreneuriat, s'invitent comme critère de premier choix et parmi eux la sécurité, l'environnement et l'accès aux soins deviennent non négociables.

L'Humain se trouve donc au centre des éléments d'attractivité, devenant de surcroît une valeur partagée entre les dirigeants et les salariés, une sorte "d'entente cordiale" autour de cet enjeu.

Et demain, que pouvons-nous prévoir quant à l'attractivité des métropoles dans un pays qui doit réussir sa réindustrialisation dans un contexte de transition écologique avec une révolution technologique sans précédent ? D'aucuns risqueraient de se lancer dans cet exercice difficile.

Cependant, dès à présent, nous pouvons constater l'apparition de limites appelées par les experts "gestion des

externalités négatives induites par la métropolisation" : le déficit foncier, la hausse de l'immobilier et la saturation des infrastructures conduisent certains projets à choisir des villes moyennes, "hinterlands" situés au-delà de ces grandes métropoles mais bénéficiant de l'effet locomotive ou "tête de gondole". C'est ainsi que l'on voit apparaître de nouvelles stratégies de territoires à 360° alliant économie, culture, tourisme et environnement comme l'illustrent la création des "agences d'attractivité" en périphérie de ces grandes métropoles.

De nouvelles stratégies de territoires à 360° apparaissent, alliant économie, culture, tourisme et environnement.

L'évolution positive de la mobilité des salariés apparaît comme un atout majeur, même si cette constatation reste à modérer en fonction du type d'industrie. L'enjeu principal demeure la rétention et l'attractivité des ressources et cela passera par la mise en place d'un cercle vertueux autour de la formation et des compétences. Ainsi, l'identification des filières porteuses est la clé de voûte pour déterminer en concertation avec les entreprises et le tissu économique local, les investissements à réaliser pour répondre à leurs attentes et adapter les emplois aux besoins. C'est une course contre le temps et un défi d'anticipation et d'agilité que l'ensemble des parties prenantes (enseignement - dirigeants d'entreprises et territoires) doivent mener, sachant que 70% des emplois de 2030 n'existent pas encore aujourd'hui. N'y a-t-il pas un nouveau modèle à réinventer ?

Même si l'Europe a abandonné définitivement, par manque d'engagements politiques et de moyens, la construction de métropoles Pan-européennes, il pourrait être intéressant d'analyser comment des pays tels que l'Allemagne et l'Italie ont réussi à construire leur attractivité des territoires. Nous découvririons certainement pour ces deux pays un lien fort entre le nombre d'ETI (Entreprise de Tailles Intermédiaires) – dont le nombre est largement supérieur à celui de La France – et l'empreinte régionale en termes de compétences et de formation.

Dans cet environnement si incertain, il existe cependant une certitude, nous ne pourrions pas dissocier réindustrialisation et attractivité des territoires. Cela passera par un processus de concertation, s'inscrivant dans une stratégie de long terme à travers un développement harmonieux et inclusif des territoires sachant respecter l'espace. Pouvons-nous être en mesure de réussir ce challenge dans cette période de mutation sans pour autant ajouter un niveau complémentaire à notre "millefeuille" d'administrations locales ou d'en modifier une nouvelle fois leurs compétences.

Réjouissons-nous des opportunités pour agir autrement.

L'OBSERVATOIRE DES MÉTROPOLLES ET SES ACTEURS



Acteur de référence de l'immobilier de bureau nouvelle génération dans les grandes métropoles régionales, Newton Offices conçoit, entretient et anime des espaces de travail adaptés à tous les besoins des dirigeants & des salariés.



Implanté dans les grandes métropoles françaises, et fort de ses 10 ans d'existence, Stan est aujourd'hui le leader français de l'ancrage national et territorial des entreprises.



Institut d'études indépendant de référence, Odoxa réalise des études d'opinion, de santé publique, de climat social, corporate ou d'image des entreprises.



KPMG, entreprise à mission, accompagne en France les organisations de toute taille dans leurs projets de transformations, en s'appuyant sur ses métiers : Audit, Conseil, Expertise-Comptable et Droit & Fiscalité.

CONTACT

Katia Fiorentino

06 07 48 13 16

katia.fiorentino@stanfrance.com

Consultez l'Observatoire des Métropoles en ligne

