



FEDERATION NATIONALE DES AGENCES D'URBANISME

Manifeste de **Grenoble**

Réuni à Grenoble, le mardi 13 décembre 2005, à l'occasion de la XXVI^e Rencontre nationale des agences d'urbanisme, le Bureau de la Fédération nationale des agences d'urbanisme (FNAU) a approuvé un « Manifeste des agences d'urbanisme ».

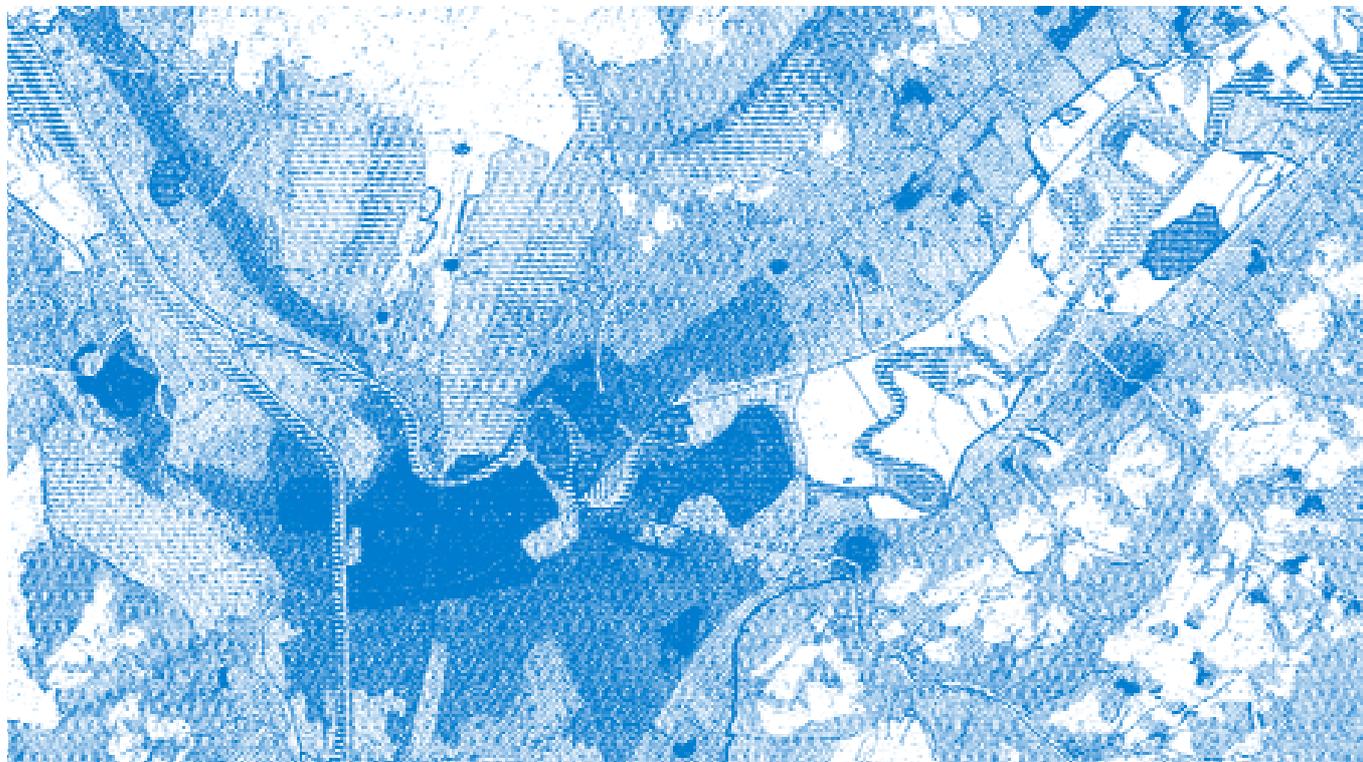
Au moment où se créent de nombreuses nouvelles agences, la FNAU a souhaité rappeler ce que sont les agences d'urbanisme, ce pour quoi elles ont été créées, quelles sont leurs missions, leurs activités et leur mode de fonctionnement. Le « Manifeste de Grenoble » est destiné aux membres et partenaires locaux des agences, aux Ministères, aux grandes associations nationales d'élus et aux organisations professionnelles et techniques concernées par l'aménagement et le développement des territoires.

Le Code de l'Urbanisme stipule que « le territoire français est le patrimoine commun de la nation ». Comment concilier ce grand principe avec les conséquences des lois de décentralisation qui ont réparti l'aménagement et le développement des territoires entre de multiples autorités, chacune dotée de compétences particulières et de périmètres spécifiques d'intervention ?

La création d'une agence d'urbanisme sur un territoire exprime la volonté des autorités locales d'aller au-delà des procédures réglementaires de saisine et de consultation. En décidant de créer une agence d'urbanisme, les collectivités territoriales et l'État manifestent la volonté de préparer les projets dont ils ont la charge dans un esprit d'ouverture territoriale et de coordination technique. L'agence d'urbanisme offre à ses membres un outil de mutualisation de leurs savoirs et de mise en cohérence de leurs projets. Elle leur permet d'échanger leurs

informations, de partager leurs diagnostics, de concerter leurs actions et de mieux coordonner leurs politiques. En choisissant de mutualiser, dans « leur » agence d'urbanisme, les missions d'observation, les réflexions stratégiques et la préparation de leurs projets, les membres d'une agence ne font pas seulement des économies, ils accroissent la cohérence et l'efficacité de leurs actions.

Outil pluridisciplinaire, l'agence apporte à ses membres une capacité d'expertise indépendante. Dénuée de compétence réglementaire, elle est le lieu où peuvent s'articuler les différentes échelles d'un territoire, du quartier à la région urbaine, où peuvent être mises en cohérence et évaluées l'ensemble des politiques publiques menées sur ce territoire. L'agence d'urbanisme contribue à créer une « culture commune » qui rend possible l'élaboration de projets partagés de développement.



BD CARTO © IGN, SD

six grands principes

Aucune agence ne ressemble vraiment à aucune autre, car la géographie, les institutions et les enjeux de développement diffèrent selon les territoires. Toutes partagent cependant un certain nombre de caractéristiques communes en matière de missions, de positionnement, de financement, de mode de fonctionnement, d'éthique et de pratiques professionnelles. Ces caractéristiques communes permettent de mettre en évidence les 6 « grands principes » des agences d'urbanisme.

1

Un outil créé pour répondre aux enjeux partagés de développement de son territoire

Une agence d'urbanisme est d'abord caractérisée par son territoire et par les enjeux partagés de développement qui s'y expriment. Le territoire de l'agence ne coïncide pas, en général, avec le périmètre d'une collectivité territoriale particulière. Le plus souvent, il correspond au bassin de vie d'une agglomération, ce que l'INSEE appelle « aire urbaine ». Le territoire d'étude de certaines agences associe parfois plusieurs aires urbaines et il couvre alors de véritables régions métropolitaines car certaines dynamiques de développement ont des effets qui s'exercent très loin de l'agglomération principale. La justification première de l'existence d'une agence d'urbanisme réside toujours dans les « enjeux partagés » de son territoire : une agence est créée pour traiter les problèmes communs qui s'y posent et pour rechercher les solutions collectives d'aménagement qui permettront de les résoudre.

2

Un outil partenarial qui rassemble tous les acteurs du territoire

Le partenariat d'une agence d'urbanisme réunit les institutions et les organismes publics dont l'action contribue à transformer son territoire d'étude : communes et communautés, régions et départements, EPCI et syndicats spécialisés (SCoT notamment), État et opérateurs publics, chambres consulaires et universités... Une agence d'urbanisme se distingue des autres outils d'ingénierie territoriale (et notamment des services intégrés des collectivités locales) par

son caractère partenarial et inter-intercommunal. Librement créée par ses membres, elle leur offre un centre de ressources interdisciplinaires, une mémoire commune et un outil de mise en cohérence et d'évaluation de leurs politiques de développement territorial. Les agences d'urbanisme sont ouvertes vers la société civile. Par leurs publications, expositions et colloques, elles participent à l'animation du débat territorial local.

3

Un outil qui travaille principalement dans le cadre d'un programme partenarial d'activités

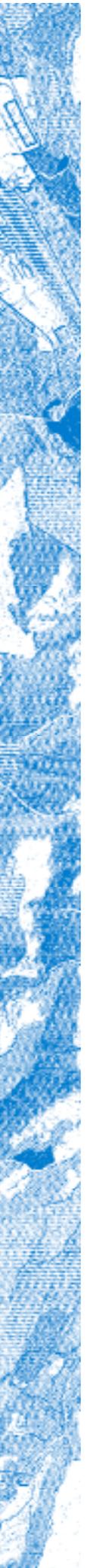
Le Code de l'urbanisme précise que les agences d'urbanisme doivent « suivre les évolutions urbaines, participer à la définition des politiques d'aménagement et de développement et à l'élaboration des documents d'urbanisme (notamment les Schémas de cohérence territoriale) et préparer les projets d'agglomération dans un souci d'harmonisation des politiques publiques ». Ces missions s'exercent dans le cadre d'un programme partenarial d'activités dont le contenu est arrêté collectivement, dont le coût est pris en charge par tous les membres et dont les produits appartiennent à tous. L'agence peut aussi, avec l'accord de ses instances, réaliser sur contrat des études particulières pour ses membres ou des clients extérieurs. Cette activité commerciale, qui relève du secteur concurrentiel, doit être « sectorisée » et rester accessoire par rapport à son programme partenarial mutualisé.

4

Un outil technique pluridisciplinaire

Une agence d'urbanisme intervient sur l'ensemble des champs techniques relevant des compétences de ses membres (urbanisme, habitat, transports et déplacements, environnement...) ainsi que sur des champs nouveaux qui ne relèvent encore de la compétence d'aucune institution particulière. L'agence met en place, gère et diffuse un système d'observation territoriale (population, occupation du sol, activités, équipements, environnement...). Elle prépare les

projets de territoire à toutes les échelles qui mettent en jeu les responsabilités croisées de ses membres : du « projet urbain » intéressant un quartier au schéma directeur couvrant l'ensemble d'une région métropolitaine. Outil de réflexion et de production pluridisciplinaire, une agence d'urbanisme rassemble des professionnels de disciplines et de compétences variées : urbanisme, déplacements, environnement, habitat, économie, politique de la ville, planification, développement durable...



5 Un outil porté par une éthique de liberté et de responsabilité

Créée dans un esprit d'ouverture territoriale, l'agence apporte à ses membres une assistance partenariale à la préparation de leurs projets. Ne dépendant d'aucun membre particulier, l'agence prépare les dossiers que lui confie son Conseil d'administration dans un esprit de liberté intellectuelle, de responsabilité et de sens du service public. Son programme mutualisé d'activités résulte de la synthèse des besoins de connaissance de tous ses membres et des demandes intéressant l'ensemble de ses adhérents. Les études effectuées dans le cadre du programme partenarial d'activités sont la propriété de l'agence et chaque membre peut en avoir communication. Les missions du programme partenarial d'activités de l'agence justifient l'octroi de subventions de la part de ses membres, subventions dont le montant est en rapport avec le degré d'intérêt que chacun d'eux lui porte. Résultant de décisions propres de l'agence et réalisées par elle-même, les activités du programme partenarial ne relèvent ni du droit de la commande publique ni de celui de la concurrence.

6 Un outil qui travaille en réseau

Une agence d'urbanisme est toujours insérée dans un réseau de mutualisation et de capitalisation des savoirs, à des échelles de territoire qui dépassent son aire d'étude particulière. Elle travaille avec les agences voisines dans le cadre d'un réseau technique régional, interrégional ou transfrontalier et elle fait partie du réseau national de la FNAU. Ces différents réseaux permettent aux responsables territoriaux de disposer d'un cadre autonome pour partager leurs réflexions et défendre des positions communes sur les questions urbaines. L'adhésion à la FNAU permet aux techniciens des agences de capitaliser leurs savoirs, de mutualiser leurs expériences, d'améliorer leurs savoir-faire et de contribuer à créer une culture commune dans le domaine de l'aménagement des territoires et du développement urbain.

