

L'attractivité territoriale

Une autre lecture du développement local

Séance 6

Volos, 2012-2013

M.N. Duquenne,

Univeristé de Thessalie

Ecole Polytechnique

*Département d'aménagement, d'urbanisme et de
développement régional*

Attractivité territoriale

Elle peut être définie en termes simples comme une capacité multiple pour un espace ou site économique, engagé (à un stade plus ou moins avancé) dans un processus coordonné de construction territoriale à :

- susciter l'envie de **s'y implanter** (*impulsion première*)
- créer un environnement relationnel de **confiance**, en activant la mise en **réseau**
- Pérenniser les activités, **sédentariser** la population et les entreprises (maintien dans le temps, *impulsion seconde*)
- Établir un **équilibre entre solidarité interne et ouverture vers l'extérieur**

Si l'attractivité d'un territoire (ville, CC, pays etc) repose sur l'atmosphère économique qu'il a su créer, lui offrant donc un avantage concurrentiel, elle repose tout autant sur :

- la capacité du territoire à susciter l'envie de s'y implanter et d'y rester (anti-nomadisme),
- Un volet non marchand (capacité d'organisation, offre de ressources autres, différentes à valoriser selon des modes différents)

Triple objectifs:

- Maintenir la population permanente et temporaire et les activités non seulement économiques mais également socio-culturelles (impulsion primaire)
- Attirer des populations et des entreprises susciter l'envie de s'y implanter (impulsion seconde)
- Sédentariser la population et les entreprises (maintien dans le temps): pérennisation

-Comment attirer et maintenir en zones rurales?

Attirer – maintenir	Facteurs d'impulsion	Politiques contribuant au maintien et à l'attractivité (développement – aménagement)
Population permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Aménités – qualité de vie • Richesse culturelle et patrimoniale • Services publics et privés (dont services à la personne) • Perspectives d'emploi immédiat et/ou de création d'activités (marché du travail, activités diversifiées etc) 	<ul style="list-style-type: none"> - Infrastructures - Environnement - Qualité de vie - Emploi
Population temporaire	<ul style="list-style-type: none"> • Foncier disponible et à prix attractif • Ressources naturelles (mer, climat, montagne, forêts, parcs naturels etc) • Infrastructures et services de divertissement 	<ul style="list-style-type: none"> - Politique culturelle et touristique - Création de logements - Création de loisirs - Développement de services de proximité
Entreprises – activités	<ul style="list-style-type: none"> • Tous les éléments précédents • Existence de compétence • Une 'atmosphère économique' 	<ul style="list-style-type: none"> - Formation de la mdo - Fiscalité - Labélisation des produits - Mécanismes de soutien et accompagnement

Critères de l'attractivité territoriale

Critères d'évaluation

5 critères proposés

Mamdy et Hausard, 2001, Guérin et Vollet, 2002 etc

Etoile à 5 branches de l'attractivité

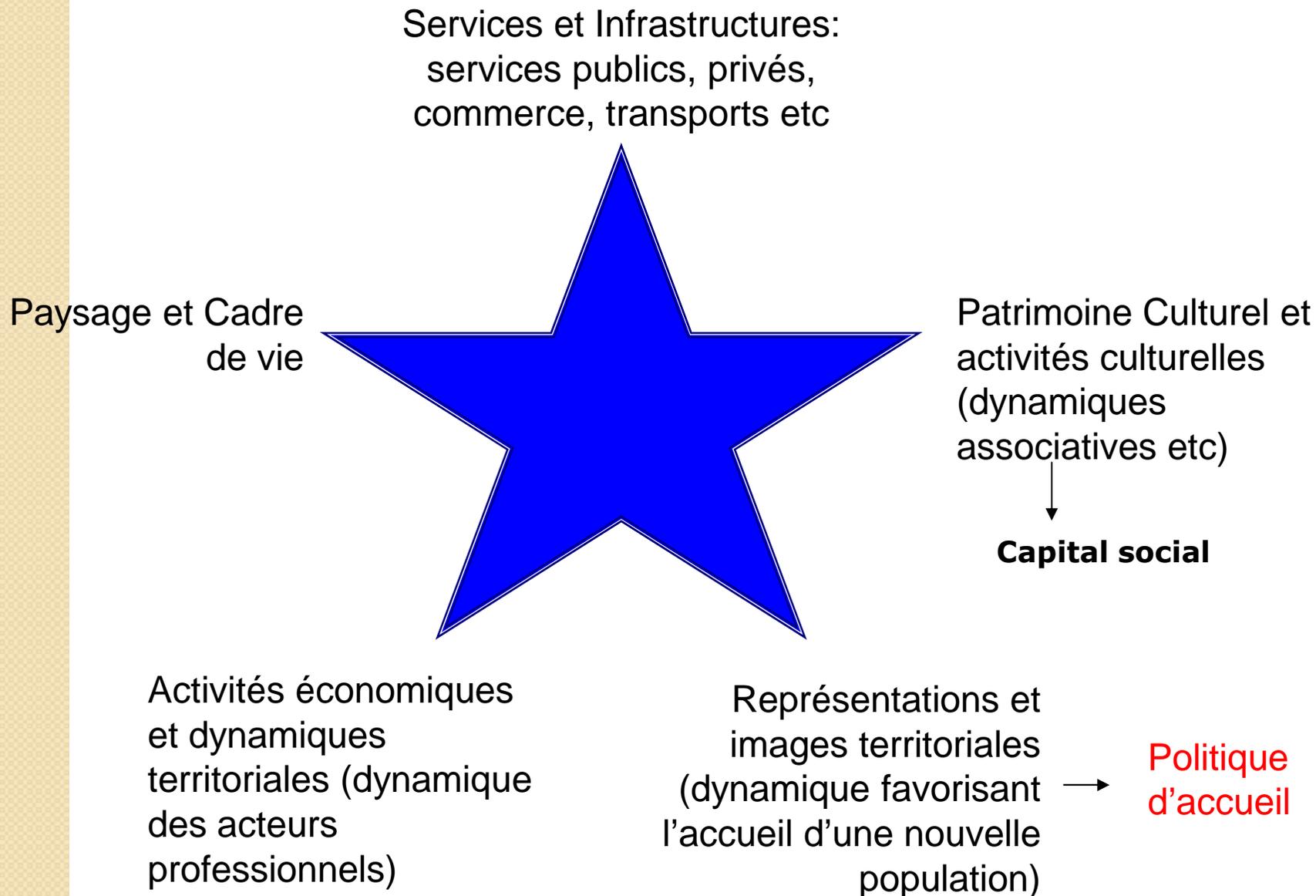
+

**Politique d'accueil – capacité d'accueil
(composante majeure de l'atmosphère
économique)**

Etoile à 6 branches de l'attractivité



ETOILE A 5 BRANCHES DE L'ATTRACTIVITE



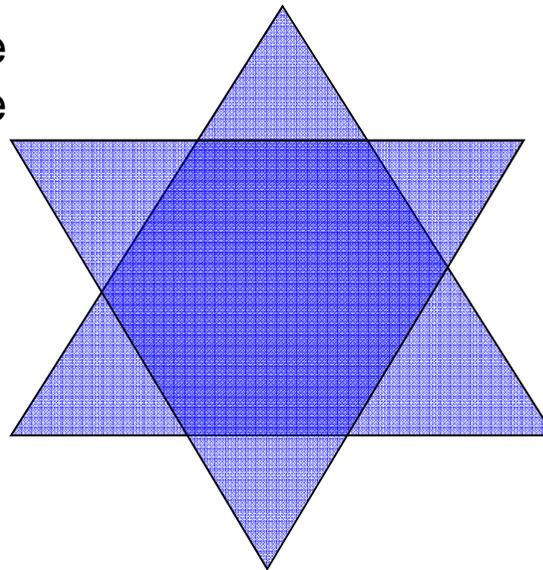
Les Pôles de l'attractivité : ETOILE A 6 BRANCHES

Services et Infrastructures:
services publics, privés,
commerce, transports etc

Paysage et Cadre
de vie

Patrimoine Culturel et
activités culturelles (capital
social, dynamiques
associatives etc)

Activités économiques
et dynamiques
territoriales (dynamique
des acteurs
professionnels)



Représentations et
images territoriales

Mise en
synergie des
dynamiques
d'acteurs



Les Pôles de l'attractivité et Priorités selon Morvan

Services et Infrastructures:
services publics, privés,
commerce, transports etc

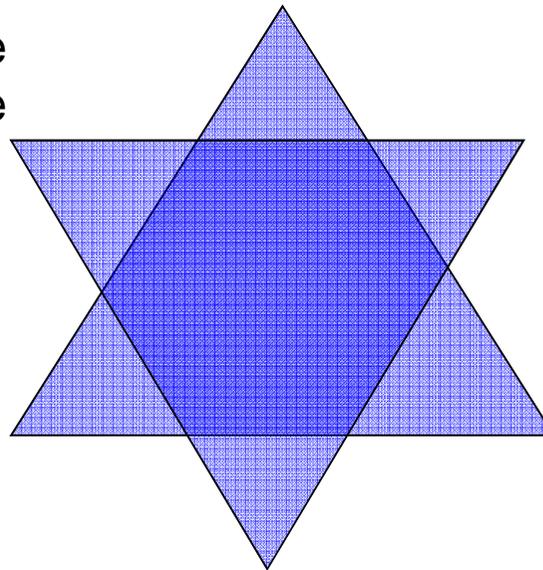
« Être accessibles »

Paysage et Cadre
de vie

« Être beaux »

Activités économiques
et dynamiques
territoriales (dynamique
des acteurs
professionnels)

« Être riches (compétition
hors coût) »



Patrimoine Culturel et
activités culturelles (capital
social, dynamiques
associatives etc)

« Être différents »

Représentations et
images territoriales

« Être beaux »

Mise en
synergie des
dynamiques
d'acteurs



Évaluation de l'attractivité territoriale:

Mise en place d'un diagnostic

- A. Le Diagnostic: éléments de référence pour construire un diagnostic
- B. Le Diagnostic de l'attractivité

A. Le Diagnostic

Le diagnostic : première phase d'une opération d'aménagement, d'un plan de développement, d'un projet de diversification du tissu économique, de la mise en place d'un mécanisme et processus de construction et accompagnement d'un territoire etc

Le diagnostic : Aide à la décision et non un objectif en soi.

Aide à la décision mais qui est conçu en fonction d'une problématique

Donc non neutre. Il va légitimer des décisions.

Ex. Prendre comme problématique, la rareté en eau et sa préservation, c'est se poser un choix – une priorité en termes d'aménagement et de développement

Une définition simple:

État des lieux qui recense sur un territoire donné, les problèmes, les forces et les faiblesses, les attentes des personnes, les enjeux économiques, environnementaux, sociaux etc. Mais il doit au-delà de l'état des lieux, fournir:

- ♪ des explications sur l'évolution passée et
- ♪ des appréciations sur l'évolution future pour
- ♪ élaborer des solutions appropriées

Principes

- Il est lié à un territoire (à la différence du D. sectoriel)
- Il peut être général

Diagnostic en vue d'établir un plan de développement intégré, durable (ressources naturelles, écosystème mais également développement solidaire socialement)

Diagnostic en vue de mettre en place une diversification du tissu économique

- Il peut être lié à un thème majeur (demande préalablement ciblée: améliorer l'attractivité du territoire):
- même dans ce cas, l'analyse devra être multidimensionnelle

Questions préalables à la conduite d'un Diagnostic

Avant même d'entamer le diagnostique en lui-même, deux questions doivent être clairement formulées :

1. Comment adapter les méthodes et outils aux données ainsi qu'à la recherche de nouvelles sources de données et de nouvelles définitions statistiques (choix d'indicateurs appropriés)?

Cette question renvoie à une démarche de recherche d'informations de qualité.

2. Quels sont nos besoins en information et quelles sont les données relatives aux composantes du développement local qui soient accessibles à moindre coût?

Il s'agit pour cela de procéder à un classement des informations nécessaires. Ce classement correspond en fait à un travail de typologie des besoins en données par rapport essentiellement aux critères de facilité d'accès et de qualité et fiabilité des données.

La délicate recherche d'Information

Le besoin en données est directement corrélé tant aux spécificités du territoire étudié qu'aux attentes de la population locale et/ou agents locaux qui sont les mieux placés pour savoir :

- (a) quelles sont effectivement les forces et faiblesses de leur territoire et
- (b) quelles sont les interventions (projets) qu'ils souhaiteraient voir se réaliser – sans pour autant être toujours en mesure de les spécifier clairement.

Mais surtout, le diagnostic n'est pas une analyse générale, touchant à tout. Le diagnostic suppose qu'une problématique ait été définie. Cela peut être une étape préliminaire du diagnostic lorsque les acteurs locaux ne sont eux-mêmes pas en mesure d'identifier le/les problèmes majeurs

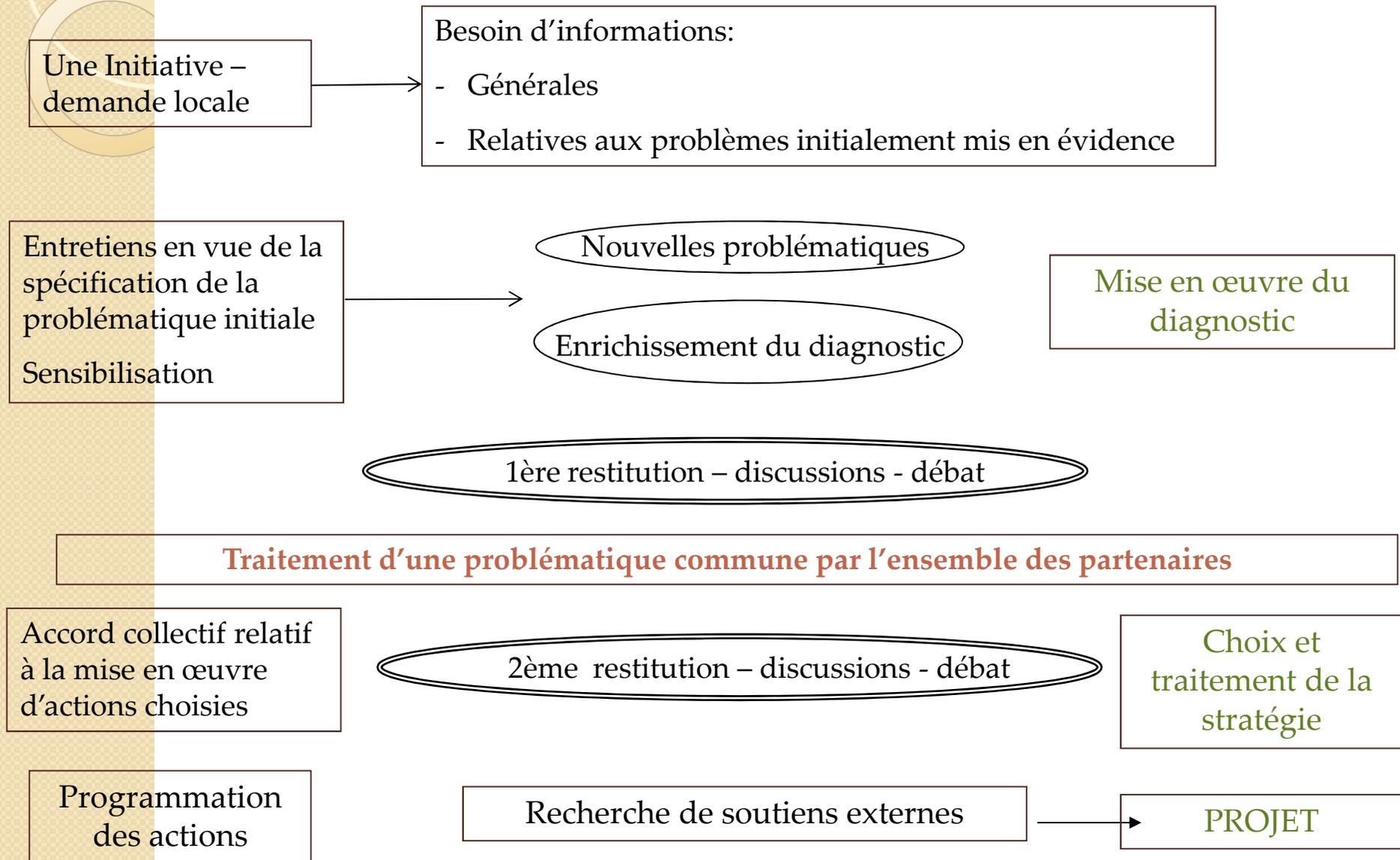
Cela signifie que dès le départ, un véritable diagnostic passe par:

la mise en place préalable d'un processus participatif tout comme la mise en réseau des agents et des acteurs car seulement ainsi, il sera possible de mieux délimiter et organiser la recherche d'informations et données, facilitant par la même le travail de classification et de synthèse



Une démarche organisée

Processus de réalisation du diagnostic



La démarche du Diagnostic territorial : approche multidimensionnelle et non sectorielle mais également multi causale

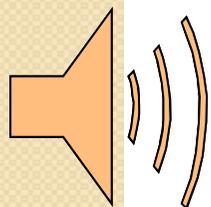
- 1ère phase:** Recherche des données relatives aux composantes de la problématique centrale (voir définition des thématiques)
- 2ème phase:** Processus de regroupement des indices par grand thèmes d'analyse (par exemple, les branches de l'attractivité),
- 3ème phase:** Recensement des ressources et des potentialités (internes – externes) dont dispose le territoire → SWOT
- 4ème phase:** Analyse de synthèse – Bilan – Restitution des Résultats à la collectivité et aux agents locaux
- 5ème phase:** Construction affinée d'une stratégie et d'un plan d'actions

B. Mesure et évaluation de l'attractivité territoriale

Mesure: quel niveau d'attractivité

Situation démographique

- Densité, maillage
- Évolution
- Soldes migratoires: Nouveaux venus?
- Structure démographique, part des jeunes



Attention aux données froides



Constat préliminaire : quel degré d'attractivité?

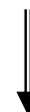
Nécessité d'évaluation

Branches d'évaluation

Des critères pour chaque branche



SWOT par branche eu égard aux critères



Opportunités, Dangers et risques



Quelle offre peut en ressortir?
Quelles activités présentent des perspectives

- B -

Construction par le territoire d'une offre différenciée

Cette construction de l'offre différenciée contribuant à un certain développement passe par :

- la qualification de l'offre territoriale y compris l'offre de valeurs du territoire
- la mise en place d'un projet mobilisateur d'attractivité active

Comment qualifier l'offre ?

1. Evaluer les ressources matérielles et immatérielles du territoire

1.a. Diagnostic pour inventorier les ressources à partir des **7 branches d'attractivité**
/1/ Position du territoire
/2/ Aménités – cadre de vie
/3/ Services et infrastructures
/4/ Patrimoine culturel, architectural etc..., et activités culturelles
/5/ Activités économiques et dynamique des acteurs professionnels
/6/ Représentations et images territoriales
/7/ Lisibilité de l'accueil – dynamique d'intégration
1.b. Evaluation des ressources en vue de construire une offre différenciée (ressources spécifiques et ressources jointes)
1.c. Détecter les blocages et potentialités (leviers de la stratégie à construire)

2. Prise en compte du contexte social et culturel (au sein duquel la mobilisation des ressources sera mise en œuvre)

2.a. Diagnostic de l'identité sociale et culturelle et de leur traduction en termes d'organisations
2.b. Détecter les blocages et potentialités (leviers de la stratégie à construire)

3. Mobilisation des ressources contribuant à une différenciation du territoire

Hiérarchisation des ressources par rapport à leur capacité d'être mobilisées et de contribuer à l'émergence d'activités à caractère conjoint (produits et services joints) donc d'activités attractives

Comment construire le projet ?

Ici, nous retombons sur la partie purement opérationnelle