



Territoires du Massif Central

« Développement local, culture et politiques d'accueil »

1er séminaire de travail
Saint-Genès-Champanelle
Les 14 et 15 mars 2011



Éléments de cadrage et de définition

- 1 - Développement local (caractéristiques)
- 2 - La culture, facteur et vecteur du changement
- 3 - Les politiques d'accueil et d'attractivité

Les caractéristiques du développement local

1. Une dimension globale (intégrée)
2. Un ancrage territoriale
3. Une diversité de partenaires (gouvernance)
4. Une valorisation des potentiels locaux (ressources)
5. Un double volet stratégique : information et formation
6. L'animation

Le développement local : définition et caractéristiques

Mise en œuvre d'une **dynamique durable** en mobilisant les décideurs, les acteurs locaux et les habitants autour d'un **projet de développement global**

- 1) Espace **approprié** : le « territoire ». Sentiment d'avoir à construire et à partager un **destin commun** (géographie, identité, bassin de vie...). Dimension **culturelle** prépondérante ! Vigilance sur les territoires « frontières » : inter territorialité, relations urbain/rural
- 2) **Transversale** : économique, sociale, culturelle, environnementale

Le développement territorial : définitions et précisions

- 3) **Multi partenariale** : Elus, décideurs/acteurs, habitants, partenaires (vigilance sur l'articulation entre les échelles territoriales). Méthodes claires et pérennes : association, concertation, élaboration, animation, évaluation
- 4) Valorisation des **ressources** matérielles et immatérielles (**actifs**) et des « **flux** »
- 5) **Formation** et **information** au service du projet, des acteurs, du territoire...
- 6) **L'animation** (et l'ingénierie !)

Place et rôle de la culture dans le développement d'un territoire

Culture, vous avez dit culture(s) ?

Propositions

- La culture comme capacité à produire du sensible (l'art, facteur du sensible, expression du sensible)
- La culture comme capacité à créer du lien et du sens (commun)

« La culture, c'est ce qui relie les savoirs et les fécondes » Edgar Morin

« La culture, c'est ce qui répond à l'homme quand il se demande ce qu'il fait sur la terre » André Malraux

Culture et développement territorial : de la « fabrique » aux outils

- La culture comme « fabrique » des Hommes et des Territoires

L'histoire, le(s) patrimoine(s), les savoir-faire, les usages, les « success story » : l'âme singulière du territoire, sans cesse en mouvement. L'éducation populaire, l'émancipation des individus, la mixité, le lien social. L'ouverture du territoire et des mentalités, sa confiance... Le 1 + 1 = 3 (l'apport de nouvelles « références »).

- La culture comme socle du développement

Le lien et l'inter connaissance entre les populations, entre les habitants, entre les acteurs. Donne du sens au territoire, entre et aux actions : l'identité territoriale et la légitimité du projet de territoire. La culture de l'accueil, la culture de l'entreprise et de l'entreprendre...

Culture et développement territorial : de la « fabrique » aux outils

- La culture comme **levier** du développement

La construction de l'attractivité du territoire et de son Offre (faire rester, faire venir ; publics cibles jeunes, cadres, saisonniers, seniors). ex : territoires et économie touristique, Région Limousin (attractivité territoriale après 1 siècle d'exode), Pays de Racan... Vigilance : politique d'investissements, politique structurante, pas une politique croupion. Pas une suite d'actions mises bout à bout. Le marketing territorial

- La culture comme **outil** du développement

La mise en valeur du territoire, des acteurs. Les politiques culturelles. Liens entre art et entreprises (design). Vigilance : instrumentalisation

Culture, crises et perspectives

- La culture face aux **mutations** des territoires

Création, innovation : réinvestissement d'espaces, d'histoires, reconversion...

Ex : Bilbao (*Guggenheim* : 1 million de visiteurs, 1,57 milliards € à l'économie de la région, 45 000 emplois directs ou indirects depuis 1997), St Macaire, Bouillé St-Paul... www.creativité-et-territoires.org

- La culture face aux **crises** (énergétique, climatique, économique, alimentaires)

Permettre la « grande transition » vers une nouvelle civilisation, un autre rapport au monde ?

Mutations des territoires et mobilités résidentielles

Les mutations en cours

De l'espace rural à la patrimonialisation des campagnes

- D'une vision technique d'un espace à vocation agricole et producteur à une vision sensible de paysages et de lieux de vie

Les mutations en cours

De la fonction productive aux nouvelles fonctions des territoires (...et des relations ville/campagne)

- Fonctions résidentielle, récréative, touristique, environnementale – L'économie présenteielle
- Rapports ambigüe avec les villes : effets de drainage (activités, services...) et d'irrigation (populations) des villes vers les campagnes non maitrisés
 - Fort impact socio spatial mais peu de cadres existants pour développer des projets communs concertés d'aménagement et de développement territorial

Les mutations en cours

De la mono activité économique (agricole ou industrielle) à la tertiarisation de l'économie et aux nouvelles activités...

- Désindustrialisation des campagnes (et des villes), montée en puissance de l'économie de services (70 %) et des TPE (90,6 % du tissu économique français)
- Nouvelles formes d'activités, nouvelles organisations professionnelles, nouvelles manières d'aborder les marchés et nouveaux « **anciens** » marchés...

Les mutations en cours

De l'uniformisation des modes de vie aux nouveaux « outils » permettant de vivre à la campagne

- Des mêmes imaginaires sociaux à la ville comme à la campagne, des mêmes besoins... et des populations de plus en plus « **hors sol** » malgré un désir d'appartenance
- De nouveaux outils liés à la mobilité (personnes, biens, connaissance...)

Les mutations en cours

D'une population « stable » à des populations mobiles et « hétérogènes »

- Modification des structures sociodémographiques, vieillissement global des populations
- Stratégies résidentielles par cycles de vie, par modes de vie et... selon les moyens financiers

Les mutations en cours

Du global au local, du réchauffement climatique à la question de l'alimentation... les territoires face aux « **crises** »

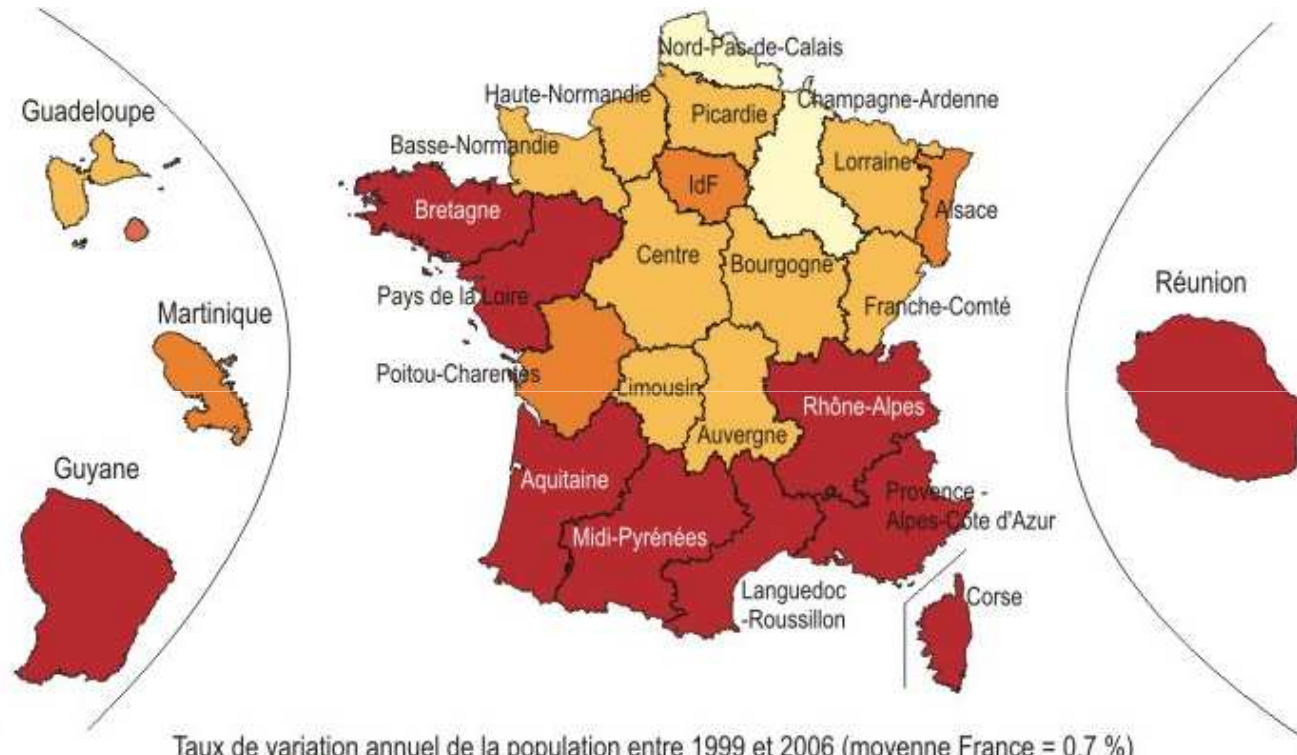
- Une décentralisation qui pose « **questions** »
- Un modèle de développement à bout de souffle
- Des stratégies qui s'entrechoquent ou qui s'ignorent
- Des leviers hors de portée ?
- Un projet de société à redessiner ? A refonder ? ...

Evolution des populations et des mobilités

Au niveau national et régional :

- Accroissement de la mobilité résidentielle des Français (19,5 M)
6,5 millions ont migré dans la même commune
7 millions ont changé de commune
2,2 millions ont changé de département
3,8 millions ont changé de région
- Exemples d'évolution de la population 1999/2009 (variation annuelle) :
Languedoc Roussillon : + 1,3 % (total) dont (+ 1,1 %) dû au solde migratoire
Rhône-Alpes : + 0,9 % (+ 0,4 %) / Limousin : + 0,4 % (+ 0,7 %)
Auvergne : + 0,3 % (+ 0,3 %) / Bourgogne : + 0,2 % (+ 0,2 %)
Midi-Pyrénées : + 1,2 % (+ 1,1%)

Taux de variation annuel entre 1999 et 2006

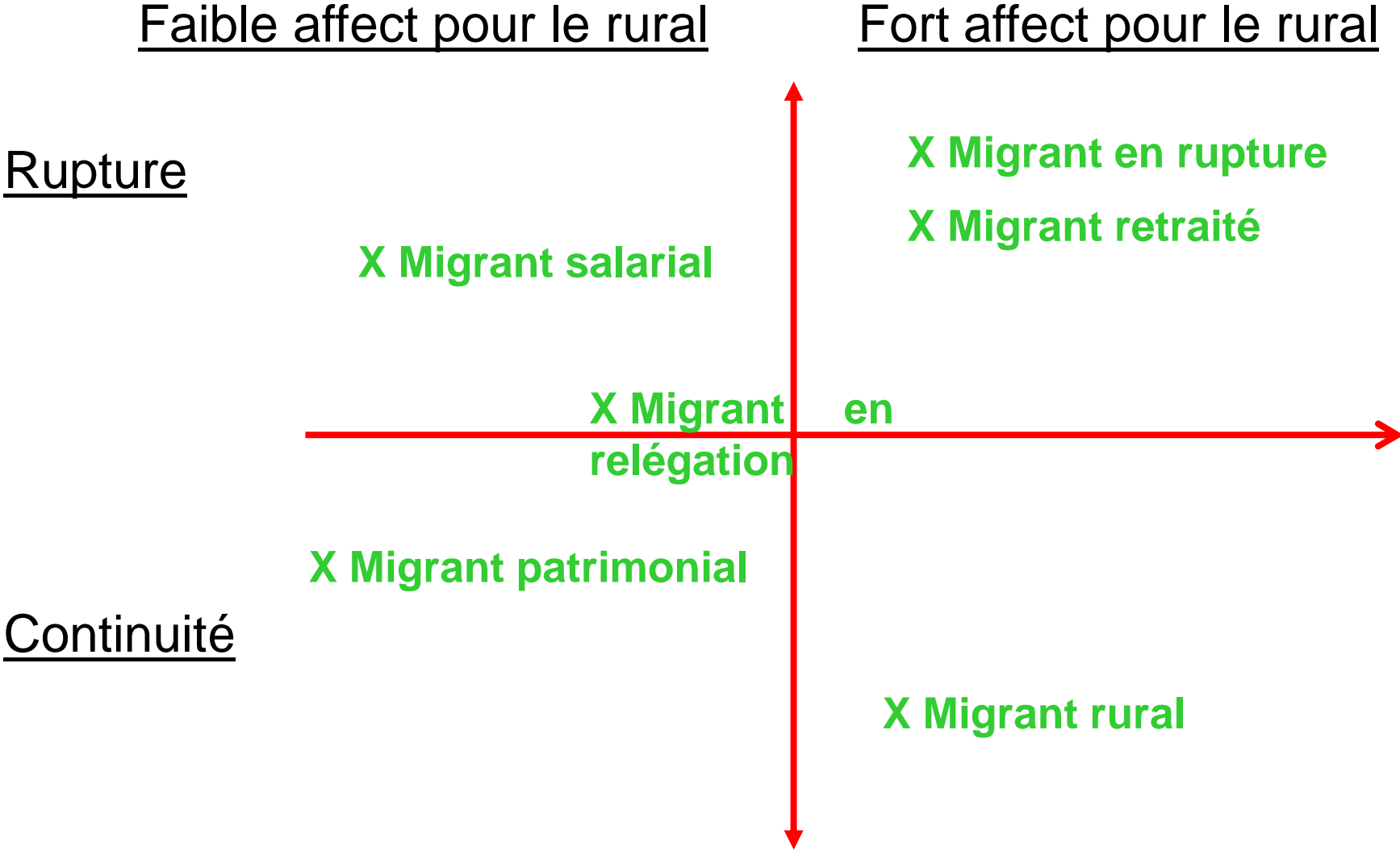


- croissance supérieure à la moyenne France (plus de 0,8 %)
- croissance comparable à la moyenne France (de + 0,6 % à + 0,8 %)
- croissance inférieure à la moyenne France (de + 0,2 % à + 0,5%)
- croissance ou décroissance très faible (de - 0,0 % à + 0,1%)

Le profil des migrants

- Plutôt une population active (41 % actifs – 14 % retraités)
- Âgés de 30 à 45 ans
- En couple avec des jeunes enfants
- Employés, cadres et professions intermédiaires

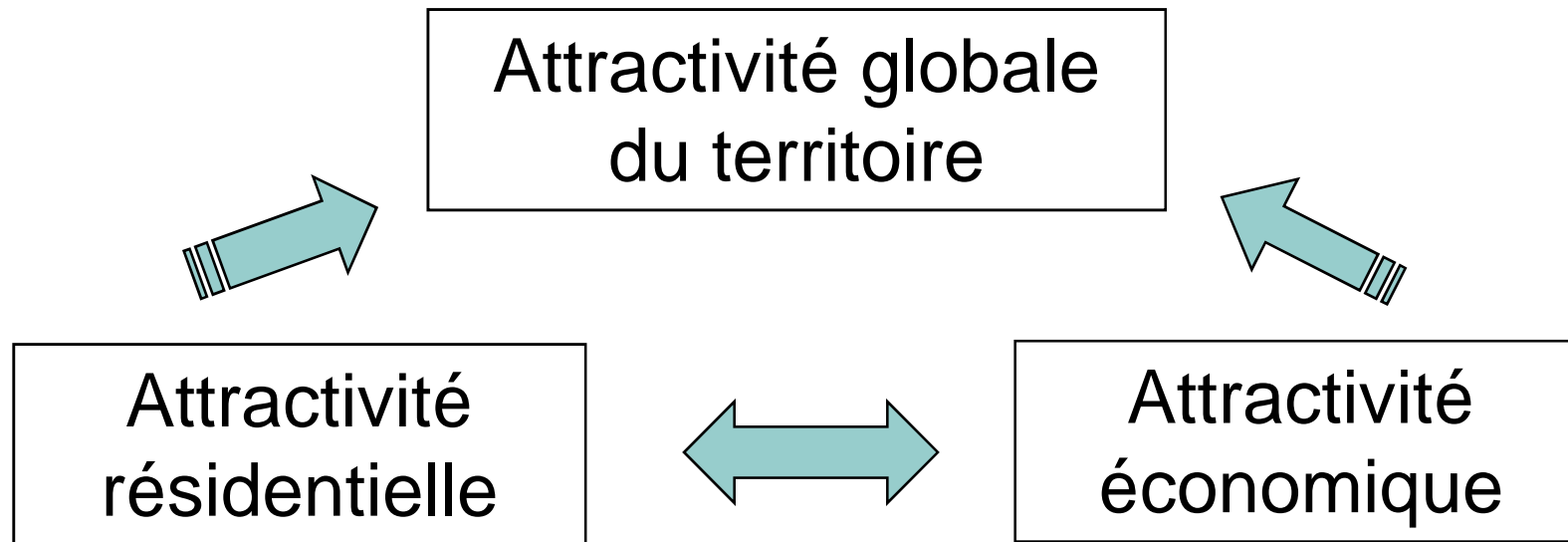
Profils des migrants : trajectoires et motivations



Attractivité, politiques d'accueil et construction de l'Offre

Politiques d'accueil

L'attractivité territoriale : faire rester, faire venir



Relier économies résidentielle et productive dans une stratégie de développement durable

Mobilités : enjeux et mise en perspectives

- Mobilités **résidentielles** (urbanisme, transports, environnement, énergie - Collectif/individuel - Consommation, vie sociale, bi-résidence, télétravail...)
- Mobilités **professionnelles** (GPEC / GTEC - Stratégies de développement économique, clusters, scoop...)
- Mobilités des **données et de l'information** (la société du numérique, le télétravail, l'équipement du territoire...)
- Mobilités des **biens et des ressources** (infrastructures, liens interterritoriaux, tourisme, résidences secondaires, capitaux...)

De la réalité des « moteurs » du développement des territoires

Sources : ŒIL / OPC

Au niveau territorial (bassin de vie, territoires de projet...), la **croissance** ne signifie pas nécessairement **développement**

Le niveau de développement d'un territoire dépend bien plus de sa capacité à **capter** de la richesse qu'à seulement en **produire**

En jeu : des **mécanismes redistributifs** publics et privés permettant de capter du « revenu » et de créer activités, emplois et développement social

Trois composantes :

La sphère de « **l'économie résidentielle** » (actifs et retraités résidents, résidences secondaires, tourisme...)

La sphère « **publique** » (salaires de la fonction publique)

La sphère « **sociale** » (transferts sociaux)

La théorie de la base économique du territoire

Les **4 types** de revenus basiques :

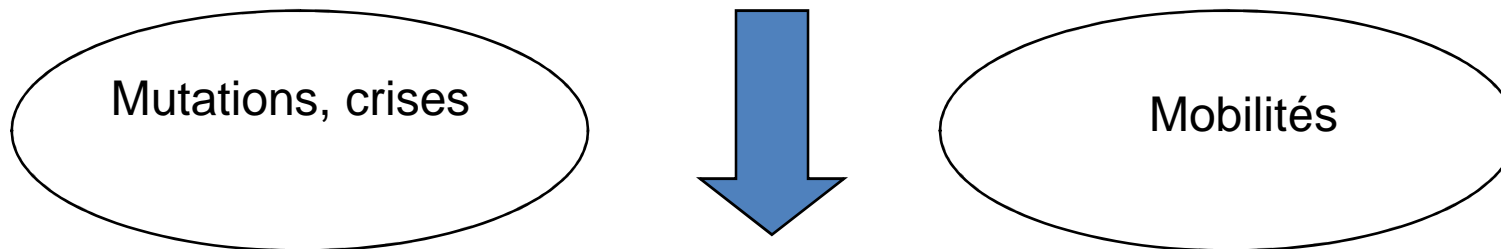
- 1) Les revenus basiques **productifs** : composante mondialisée des économies locales
- 2) Les revenus basiques **publics** : un amortisseur de choc économique
- 3) Les revenus basiques **résidentiels** : moteur majeur des économies locales
- 4) Les revenus basiques **sociaux** : un vecteur de réduction des disparités spatiales

De nouvelles équations...de nouvelles approches du développement :

les politiques d'accueil et d'attractivité

Un contexte de crises + de nouveaux outils fiscaux + une réforme de l'Etat et des Collectivités : **3 bonnes** raisons de **changer** de doctrine et de stratégie

Entreprises = emplois = habitants = richesses



Habitants + résidents temporaires = activités = emplois = développement social et richesses

Politiques d'accueil

ZOOM sur les éléments de définition

Une politique d'accueil (volonté partagée) vise à **construire l'attractivité** du territoire et son **offre globale** en s'inscrivant dans la durée et en agissant sur :

- ❑ les **conditions d'activités** économiques durables (renouvellement et développement de l'existant, accueil et construction de nouvelles activités...),
- ❑ Les **conditions de réceptivité** (logement, foncier...)
- ❑ Les **conditions d'aménité** (cadre et qualité de vie, services, environnement, vie socioculturelle, patrimoine...)

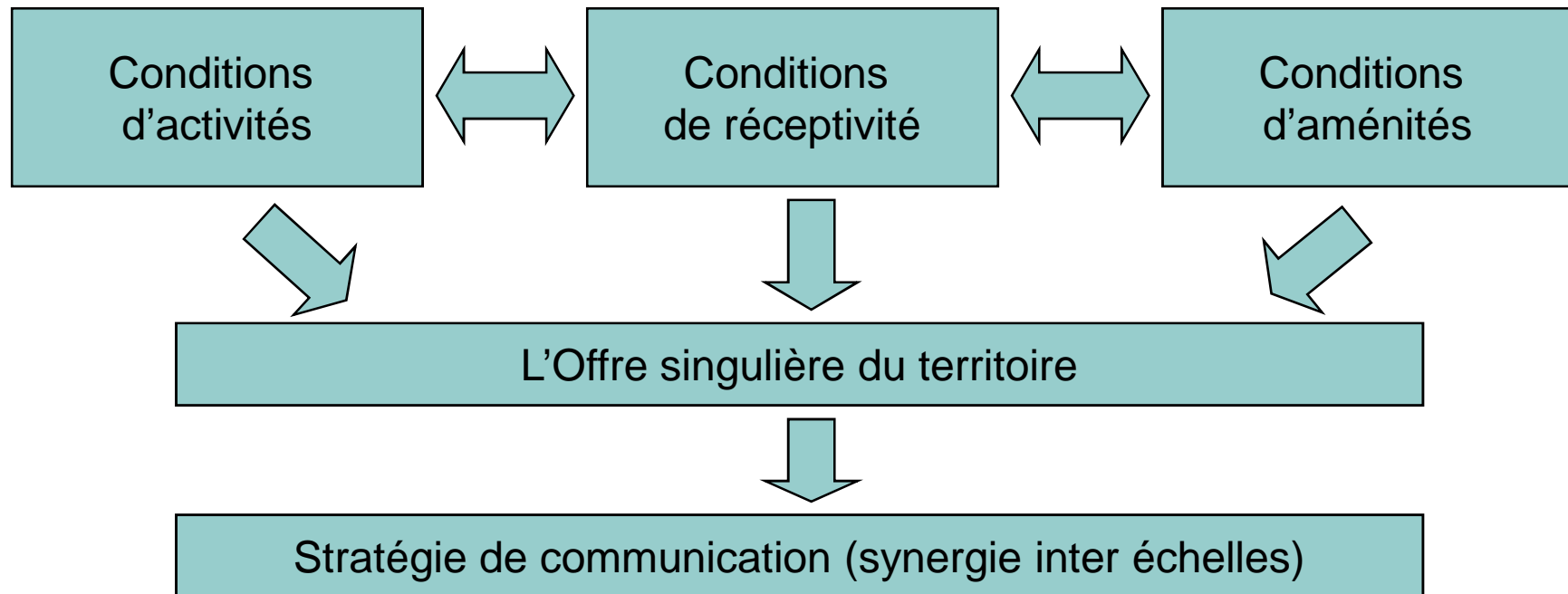
Politiques d'accueil

ZOOM sur les éléments de définition

Elle s'accompagne d'une **stratégie de communication** dont la cible est double :

- **en interne** : diffuser la culture de l'accueil, renforcer l'identité du territoire, faciliter l'insertion des nouveaux arrivants et le « vivre ensemble ».
- **en externe** : prospecter de nouveaux actifs et de nouvelles populations, promouvoir le territoire, la qualité et le cadre de vie).
- + communication **active entre partenaires**

Le triptyque des politiques d'accueil



Ce n'est plus seulement **l'activité économique** qui participe de l'attractivité d'un territoire et de sa richesse. **Le cadre et la qualité de vie** sont l'un des piliers de cette **nouvelle attractivité**.

Politiques d'accueil

Les enjeux principaux...

- **Coté territoires :**
 - **L'inter territorialité** (liens urbain/rural), la « gestion » des flux
 - La **mixité fonctionnelle et sociale** des territoires
 - **Les gouvernances** (locale et territoriales)
 - **Les nouveaux systèmes** de production, de consommation, d'échanges et d'énergie

Politiques d'accueil

Les enjeux principaux...

- **Coté individus :**

- Les **services et équipements**
- L'intégration
- L'accompagnement, l'information
- L'importance du **projet de vie**

Les enseignements principaux

- Les politiques d'accueil visent la construction de l'attractivité territoriale. Ce sont des politiques structurantes.
- Elles intéressent les territoires qui ont besoin de créer et/ou de gérer des flux démographiques
- Elles nécessitent une approche transversale et interterritoriale, une double gouvernance (locale/échelles), de s'inscrire dans la durée et d'être partagées par les populations locales.

Les enseignements principaux

- Elles construisent l'**offre territoriale** et s'appuient sur un **triptyque** : activité, réceptivité, habitabilité. Elles s'accompagnent d'une stratégie de **communication**.
- Ce sont d'abord des **politiques sociales** qui permettent de redéfinir et de réorienter les politiques économiques et d'infrastructures

L'Offre du territoire

- L'offre « **cadre de vie** » (image et identité du territoire : paysages, urbanisme, patrimoines)
- L'offre **d'activités** (reprises – créations – emplois - potentiels d'activités...)
- L'offre **de locaux** professionnels, de foncier
- L'offre en matière de **logement** (marché immobilier, locatifs disponibles...)

L'Offre du territoire

- L'offre de **services** (éducation, santé, transports, loisirs, commerces, vie sociale...**Qualité de vie**)
- L'offre **d'accompagnement** (structures et personnes ressources, offres de formations, les sessions d'accueil...)
- L'offre **d'hospitalité** du territoire (ouverture des mentalités, intégration, qualité de l'accueil...)

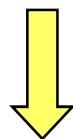
Objectifs des politiques d'accueil : construire, assembler, promouvoir et proposer cet ensemble qui constitue l'Offre globale du territoire

L'Offre du territoire

Enjeux du territoire / Publics cibles



Construire, assembler, promouvoir, accompagner



Stratégie de communication



Stratégie de communication

Construire et promouvoir l'offre

1- L'offre du territoire, l'attractivité du territoire

- Pour pouvoir accueillir, le territoire doit avoir une « offre » globale , transversale et qualifiée à proposer (les trois grands domaines)

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Faire partager par les acteurs et partenaires la définition autour de « l'offre globale et qualifiée »	Appréhender dès le départ l'accueil de manière intersectoriel
Veiller que les actions envisagées ne soient pas hors compétences	Faire converger les différents outils et politiques autour de la volonté d'accueil (documents d'urbanisme, politique de l'habitat, des services,...)

Construire et promouvoir l'offre

2- Une politique de l'offre en adéquation et au service de la stratégie d'accueil

- Nécessite un travail de recensement, de construction et qualification, de promotion et un accompagnement
- Si l'offre d'activité économique est le plus souvent privilégiée, certains territoires ont d'abord mis en avant une offre résidentielle, de service ou culturelle

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Ne pas focaliser uniquement sur les offres de reprise mais assurer l'accompagnement vers la création d'activité	Expertiser le territoire, révéler les potentiels d'activités. Reconsidérer ce qui fait ou peut faire « ressources »

Construire et promouvoir l'offre

3- Construire, regrouper, qualifier, actualiser les offres

Quatre types d'actions sont à envisager:

- Le repérage, l'identification des offres et des cibles
- L'expertise des offres et leur qualification
- La construction des offres (potentiels, assemblages)
- La localisation, l'actualisation et le regroupement des offres

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Veiller à la mise à jour régulière des offres	Croiser les offres d'emplois, de logements, ... de manière à les qualifier et à les enrichir

Construire et promouvoir l'offre

4- La création d'activités nouvelles

Être en mesure d'accompagner les mutations en cours issues :

- Des nouvelles manières de produire et commercer
- Les nouvelles formes d'activités
- Les nouvelles formes de soutien au démarrage des activités

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Être en capacité d'aider les projets considérés comme atypique	Construire de nouveaux référentiels en matière d'expertise de viabilité économique

Construire et promouvoir l'offre

5- Les principes d'une stratégie de communication

- Cette stratégie doit veiller à ne pas surestimer les capacités du territoire ou à faire naître chez les nouveaux arrivants une exigence de garantie de résultats
- Elle repose sur l'image du territoire, les objectifs généraux et opérationnel, le budget

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Éviter de véhiculer une image du territoire dans laquelle les acteurs ne se reconnaissent pas	Établir dès le début du projet d'accueil, une stratégie de communication
Maîtriser le plus possible la communication avec les médias	Articuler la communication avec les échelles territoriales

Construire et promouvoir l'offre

6- *Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication*

- Il va permettre de donner corps à la stratégie de communication
- En fonction de chaque objectif, il doit définir les cibles à toucher, les offres à promouvoir, les messages, les médias choisis, les supports de diffusion et le traitement des contacts générés
- Il doit être également évalué et suivi financièrement

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Penser à préparer pour chaque opération un dossier de presse (vigilance sur le message)	Mettre en œuvre un plan d'action annuel
	Utiliser au maximum les réseaux de prescripteurs afin de cibler les opérations

Construire et promouvoir l'offre

7- Présenter le territoire et le rendre lisible

- Mettre en place une ou des portes d'entrée sur le territoire pour assurer le premier contact, l'orientation vers les structures spécifiques, les territoires infra, le suivi des demandes,...

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Éviter « la perte en ligne » au niveau des demandes	Formaliser les échanges d'information entre les différents niveaux d'accueil et de renseignements

Construire et promouvoir l'offre

8- Faire connaître l'offre du territoire

- Les médias
- Les réseaux professionnels et prescripteurs
- Les réseaux d'influence
- Les évènements
- Les sites Internet
- Les formations, sessions de découvertes...

Points de vigilance	Facteurs de réussite
Formaliser l'accompagnement et le suivi des contacts	Développer une gamme d'outils permettant « le porté à connaissance » des offres tout en assurant le suivi des candidats
Établir une liste un calendrier le plus en amont possible en matière de promotion	Prévoir une évaluation quantitative et qualitative des actions...de manière à enrichir les pratiques du territoire

Démarche « Offre » : points principaux

Questions principales pouvant articuler et organiser la démarche de construction de l'offre d'accueil :

- Quels sont les enjeux du territoire, quels sont les publics visés ?
- Quelles sont les offres existantes ? Quelles sont les offres manquantes ? Quels sont les potentiels ?
- Quels sont les partenaires ? Quels sont les partenariats à construire ?
- Quel accompagnement existant ou/et à construire, à organiser ?
- Quelle stratégie construire ou/et à adapter en matière de communication ?