

18 au 20 juin 2008

1^{er} cycle d'ateliers : « Le pouvoir des médias »

Objectifs du 1^{er} cycle :

Une communication, dès lors qu'elle entre dans la sphère publique par l'intermédiaire des médias, appartient de moins en moins à son émetteur. D'où la nécessité d'analyser le rôle, les motivations et les intérêts des journalistes, bloggeurs, diffuseurs d'offres et autres médiateurs dans la communication sur l'accueil de nouveaux habitants en milieu rural.

Quelle différence entre communication et information ? Comment l'arrivée du Web 2.0 révolutionne l'interaction entre émetteur et récepteur ? Comment agir pour favoriser la promotion des territoires ruraux et de l'accueil ?

Ateliers proposés :

- **Les relations-presse :** Quelle démarche, quels documents et quelles actions de communication sont-elles nécessaires pour que les journalistes abordent le thème de l'accueil de nouvelles populations, et le traitent au mieux ?
Expériences pressenties : Alain Druot (Demain.tv), Claire Lelièvre (Village Magazine), Benoît Fidelin (Pèlerin Magazine)
- **Les outils de promotion et de prospection :** Quels sont les outils de promotion de l'offre d'installation d'un territoire ? Quels sont les outils de prospection spécifiques permettant l'arrivée de nouveaux actifs ? Comment ces outils peuvent-ils s'insérer dans la stratégie d'accueil d'un territoire ?
Expériences pressenties : Transcommerce
- **Le web nouvelle génération :** Quel est l'impact du développement du Web 2.0 sur les stratégies de communication, les méthodes, le résultat ?
Expériences pressenties : Pays d'Aurillac - Pays de Langres -Zevillage.com (Xavier de Mazenod), les Urbanophiles

Mini conférence proposée :

- **L'image de la campagne :** Entre une vision surannée de la campagne, et des territoires ruraux en mouvement, comment favoriser l'image d'une campagne source d'innovation, accueillante, vivante ?

OU

- **Communication pour l'accueil/communication touristique :** Entre une promotion à vocation touristique et une communication visant à accueillir des habitants, quels liens, quelles confusions, quelles différences ?

2^e Cycle d'ateliers : « Étrangers d'ici et d'ailleurs »

Objectifs du 2^{ème} cycle :

Si la communication pour attirer peut paraître facile, le dispositif pour accueillir des populations étrangères l'est beaucoup moins. Il s'agit de connaître les différentes situations en France et ailleurs sur cette question et d'analyser les actions de communication visant à attirer une population étrangère. Ce cycle abordera également la figure de « l'étranger » au sens large, et les représentations qui limitent l'intégration.

Ateliers proposés :

- **La prospection et l'accueil des populations étrangères :**
Quels filières, médias, événements facilitent l'accueil et la prospection de populations étrangères ?
Expériences pressenties : PNR du Morvan, Salon d'Utrecht, Espagne...
- **L'intégration des étrangers - Conflits d'usage, clichés & représentations :** Comment favoriser l'intégration des nouveaux arrivants d'origine étrangère. Comment aborder la question de la langue d'accueil et de la langue d'origine ? Quels atouts des publications en langues étrangères ? Comment favoriser l'intégration des nouveaux venus ? Comment la communication peut-elle permettre de faire évoluer des représentations négatives (néo-rural, bobo, baba, paysan...) ? Comment se créent les conflits d'usage et comment mettre en place une médiation ?
Expériences pressenties : Welcome in Limousin, Anthony Thompson-Wells, CdC du Porhoët, Revue Britannique en Bretagne, Guides accueil traduits en plusieurs langues...), France TERRE D'ASILE, Expériences en Espagne avec immigrants magrébins, sud américains...
- **Communication, lien social & insertion :** Comment la communication peut-elle fabriquer du lien social, favoriser l'insertion ? ...
Expérience pressentie : film du Pays Portes de Gascogne

Mini conférence pressentie :

- **L'image et l'attractivité de la France et de ses campagnes**

3^e cycle d'ateliers : « La Communication au service des territoires »

Objectifs du 3^{ème} cycle :

L'Université 2008 interroge les stratégies de promotion des territoires vers les populations extérieures ainsi que vers les populations autochtones, qui font souvent le succès du dispositif d'accueil. Comment territoires et collectivités abordent-ils la communication autour de cette thématique spécifique qu'est l'accueil de nouvelles populations ?

Ateliers pressentis :

- **Les publics cibles :** Comment adapter sa communication aux différents publics cibles ? Quels sont les porte-parole ?
- **Les populations locales et l'accueil :** Comment agir sur la confiance des habitants d'un territoire pour qu'il s'ouvre ? Sur quels principes fonder son action : identité, sentiment d'appartenance... ? Comment la population locale peut-elle devenir ambassadeur de leur propre territoire ? La communication peut-elle favoriser et stimuler la participation des populations locales dans l'effort d'accueil ?
- **La cohérence de la communication entre les différentes échelles territoriales :** Les communications locales, départementales, régionales, nationales s'imbriquent, se superposent, se développent, s'opposent ou se confondent ? Gabegie de moyens, conflits d'image, concurrence déloyale ? Comment favoriser une cohérence entre les différentes échelles ?

Mini conférence pressentie :

- **La stratégie de communication**