



2^e Université européenne de l'Accueil de nouvelles populations
Pré rencontre régionale Bourgogne

De la culture de l'accueil à la promotion du territoire

Mardi 6 mai 2008 - Maison du Parc Naturel Régional du Morvan à St Brisson (58)

Une cinquantaine de participants se sont réunis le mardi 6 mai à St Brisson pour échanger autour du thème « Quelles communications pour quel accueil ? », dans le cadre de l'Université européenne de l'accueil de nouvelles populations (18-20 juin, Clermont-Ferrand). Élus et techniciens du Conseil régional, des Conseils généraux de la Nièvre et de la Saône et Loire, du Parc Naturel régional du Morvan, de Pays et de communautés de communes étaient présents. Ont également participé plusieurs associations investies dans l'accueil de nouvelles populations : Créer et Vivre en Massif Central, L'AFIP, les Foyers Ruraux, ainsi que des acteurs socio-économiques. Enfin, la DIACT Massif Central était représentée par le Commissariat de Massif.

Mots introductifs & cadrage

Christian Guyot, premier vice-président du Parc Naturel Régional du Morvan, a accueilli les participants en rappelant l'attractivité aujourd'hui reconnue du Parc, avec toutefois des disparités au sein de ce territoire à cheval sur 4 départements (Yonne, Nièvre, Saône et Loire, Côte d'Or). Également élu d'une petite commune, il a soulevé la nécessité de réfléchir à cette question de l'accueil afin de dégager des pistes de solutions, en particulier face aux problèmes de cohabitation que l'on peut rencontrer.

Jacques Legrain, élu au Conseil Général de la Nièvre a pour sa part témoigné de son intérêt pour l'accueil, qui est devenu indispensable sur son territoire suite à la perte de 400 emplois en 3 ans : le territoire a ainsi dû retrouver des activités et attirer de nouveaux habitants. Une expérience forte qui lui permet de continuer à s'investir sur cette question au sein de la Communauté de communes et du canton de Premery.

Dialoguer avant de promouvoir

Jean-Yves Pineau, directeur du Collectif Ville Campagne

Jean-Yves Pineau a rappelé les objectifs d'une telle pré-rencontre : réfléchir et échanger ensemble sur les politiques d'accueil d'une part, et d'autre part alimenter le contenu des ateliers de l'Université européenne de l'accueil (18-19-20 juin) par la valorisation d'expériences intéressantes. Le but étant que cette Université soit connectée à la réalité de terrain.

Le thème de cette 2^e édition, la communication, doit être pris au sens large : depuis le dialogue et la mise en réseau des acteurs (amont) jusqu'à la promotion du territoire (aval) en passant par l'ouverture du territoire et le développement d'une culture de l'accueil partagée par les habitants. L'attractivité, cela concerne aussi et surtout les populations déjà installées. A l'heure de la mobilité, de l'augmentation des migrations ville-campagne, l'accueil est un véritable enjeu de société. Pour peser dessus, il s'agit de comprendre ces mutations. L'étude « L'attractivité des territoires ruraux et accueil de nouvelles populations dans Leader + », réalisée auprès de 36 GAL par le Collectif Ville Campagne montre ainsi que « l'économie rejoint la vie et non l'inverse » pour reprendre les mots de Michel Fournier, maire des Voivres dans les Vosges.

Pourquoi et comment se saisir de l'accueil de nouvelles populations ?

Table-ronde avec Ch.Guyot, vice-Président du PNR, Jacques Legrain, élu au CG de la Nièvre, O.Stefanini (Commissariat Massif Central), Jean-Yves Pineau (Collectif Ville Campagne) l'Afip Bourgogne-Franche Comté, Créer et Vivre en Massif Central, le CR Bourgogne et un nouvel arrivant créateur d'activités.

Plusieurs éléments montrent que les territoires ruraux sont attractifs, comme les chiffres de l'Insee et les soldes migratoires positifs. On constate que cet attrait est de plus en plus résidentiel, alors qu'en parallèle, de nombreux sites industriels ferment. Les valeurs d'authenticité de la campagne sont un atout, mais elles doivent être au service de l'ouverture.

Dans ce contexte, il apparaît indispensable de se saisir de cette question de l'accueil de nouveaux arrivants. En outre, la politique d'accueil permet de coordonner et d'organiser plusieurs actions de différents secteurs. Néanmoins, de nombreux freins ont été identifiés :

Tout d'abord, la difficulté à installer une personne dans des délais économiques raisonnables et à trouver du locatif. Ensuite, le manque d'outils et de connaissances pour les élus. Enfin, le désengagement de l'État, qui retire sans concertation des financements, et dont les politiques sont parfois incohérentes.

Des leviers ont cependant été repérés : l'attractivité naturelle du territoire, son organisation, des diagnostics déjà réalisés, une offre identifiée... Et plusieurs facteurs de réussite :

- Travailler au « faire ensemble » pour intégrer chacun
- Anticiper pour favoriser la rencontre et éviter les chocs de culture, éviter les situations de rejets
- Faire prendre conscience que l'accueil est un enrichissement mutuel à notre portée
- Favoriser la communication entre les différents acteurs, les différents interlocuteurs
- Évaluer les actions et la politique pour l'ajuster et avancer

Présentation des outils régionaux

Le Conseil Régional n'a pas de politique d'accueil en tant que telle mais ses politiques sectorielles participent à la construction de l'offre. Il propose des outils comme le dispositif « Village à venir » et les contrats de Pays. Le lien entre la ville et la campagne est aussi marqué par la politique « Villes d'appui nouvelle génération » qui intègre certains territoires ruraux. A noter, sur un territoire, le lien fort entre le contrat de Pays et le contrat d'agglomération.

Présentation du futur contrat Massif

Au niveau du Massif Central, qui comprend 6 régions dont 2 totalement (Limousin et Auvergne) et 22 départements, la programmation pour le nouveau contrat a été réfléchi en amont selon le schéma de Massif et une attention particulière a été portée sur la gouvernance d'échelle. Pour le Massif, ce sont les territoires de proximité qui créent la dynamique (diagnostic territorial et politique d'accueil « réelle »), le Massif ne se substituera donc pas à ces territoires, d'autant plus qu'ils sont très différents d'une région à l'autre. La plus-value du Massif se situe dans la mutualisation et la complémentarité mais aussi au niveau de l'offre « Massif Central » en cours de construction. Le Massif central n'est pas un territoire de proximité mais il a l'image d'une région préservée, nature, sur laquelle il faut jouer. Le deuxième axe concernera le développement des services, de l'habitat et des entreprises.

Suite à ces propos, s'est posée la question des échelles et des caractéristiques d'une politique d'accueil. En effet, les politiques d'accueil sont à tailler sur mesure selon les problématiques locales, en se basant sur un diagnostic. Le territoire de proximité est aujourd'hui reconnu comme une échelle pertinente. L'intérêt d'une politique d'accueil en tant que projet de développement local, c'est qu'elle donne du sens aux actions et permet de travailler de manière transversale. Mais le portage d'une politique d'accueil au niveau régional reste un gage de réussite des politiques locales d'accueil, et les territoires ont appelé la région à se positionner sur cette thématique.

Construire une culture de l'accueil avec les habitants (atelier 1)

Expériences présentées

- Foyers Ruraux du Grand Secteur Autunois Morvan : réalisation de dépliants à partir de rencontres et d'échanges avec les habitants : « Chissey en Morvan, l'album ressources », « Morvan, terre d'arrivée, terre de départ »
- Accueil en résidence de la compagnie « la 3e main » sur le thème de l'accueil - résidence à Brassy avec 6 artistes aux activités différentes (écriture, cuisine, photos, dessin, marionnettes, musique) - finalisation autour d'un banquet/repas entrecoupé d'interventions artistiques diverses.
- Association « Cultivons nos campagnes » en Saône et Loire : guide - fiches sur l'accueil sous forme de BD avec personnages du nouvel arrivant et de l'autochtone.

Facteurs de réussite & difficultés

Plusieurs freins à la construction d'une culture de l'accueil ont été identifiés :

- la difficulté à faire venir le public lors d'une action ou d'un événement sur ce thème et, ainsi, à toucher une diversité d'acteurs et d'habitants
- la difficulté à donner suite à une action et à l'exploiter (Dvd ou dépliant par exemple).
- Le problème, récurrent, de la communication entre acteurs : comment convaincre les élus, mobiliser les différents acteurs ou fédérer autour d'un projet
- les entreprises privées (promoteurs immobiliers,...) qui se lancent sur le « marché » de l'accueil, sans travailler en concertation avec les collectivités.

Pour construire une culture de l'accueil partagée par les habitants et les professionnels, il a été constaté que le « faire ensemble » (réaliser une action commune) était plus efficace que la mobilisation ex nihilo. De plus, c'est souvent un événement concret (résidence d'artistes, repas, soirée-débat) qui joue le rôle d'élément déclencheur au rassemblement des acteurs autour du projet d'accueil. Autres facteurs de réussite : le tissu associatif, qui favorise la transmission de cette culture et le lien social ; le travail en partenariat avec un regard extérieur pour pouvoir prendre du recul ; la prise en compte, dès le départ, de tous les échelons et la présence de relais pour se faire intermédiaire entre la population et les collectivités.

Promouvoir l'offre territoriale (atelier 2)

La promotion de l'offre nécessite de définir une **stratégie de communication**, en lien avec la réalité du territoire et prenant en compte les différentes échelles territoriales. Deux niveaux de communication ont été identifiés, avec des messages et des cibles spécifiques :

Une communication « générale », au niveau régional, PNR, départemental voire Massif, qui présente le territoire dans son ensemble en valorisant ce qui peut intéresser le porteur de projet (dynamisme économique, cadre de vie, services...) et en insistant sur les spécificités locales en matière d'accompagnement, de capacités d'accueil etc. Cet argumentaire doit être réalisé en partenariat avec tous les acteurs.

Une communication spécifique, au niveau des territoires de proximité (Pays, communauté de communes), qui présente les potentiels d'activités, les entreprises à reprendre, des terrains disponibles... Cette communication doit être ciblée au plus fin pour toucher des compétences précises.

Les cibles : elles peuvent être géographiques, socio-culturelles, professionnelles... Il faut alors utiliser des vecteurs spécialisés

Les vecteurs : presse, sites internet, réseaux professionnels et socio-culturels (réseaux transcommerce, installation-campagne, de ressortissants étrangers...), OT, agences immobilières...

Conclusion

Christian Guyot, vice président du PNR du Morvan

L'accueil est un vrai défi et le parc naturel régional souhaite continuer à le relever selon les besoins et les envies des territoires qui le composent.

L'accueil n'est pas ressenti de la même façon sur tout le territoire du Parc mais sa prise en compte ne doit pas être négligée et tous les partenaires doivent s'associer. Les plus attractifs se doivent d'être solidaires avec ceux qui ont des difficultés. Le parc considère l'accueil comme un axe fondamental de sa politique et sera très attentif à la suite donnée aux brillants échanges de cette journée.