

**Comment repenser les politiques d'attractivité dans les territoires de faibles densités ?
l'exemple de l'Auvergne**

M. Chaze – Ingénieur de recherches

J.C. Edouard – Professeur de Géographie/Aménagement

H. Mainet - Maîtresse de Conférences - HDR

UMR Territoires (UCA)

MSH – 4 rue Ledru

63000 Clermont-Ferrand

Résumé

Beaucoup de territoires à faible densité connaissent un déficit d'attractivité. Ainsi, cette dernière est-elle devenue un thème central de leur politique publique. Pourtant, son analyse s'est longtemps appuyée principalement sur une définition qui partait de l'objet attiré (différents types de population, différents types d'activités) et elle privilégiait sa dimension économique. Aujourd'hui, Cette approche de l'attractivité apparaît incomplète pour définir les politiques publiques au sens où elle ne permet pas de penser et de concilier un certain nombre de questions cruciales (qualité de vie sur le territoire, développement soutenable/durable, etc.) qui se posent aujourd'hui aux décideurs des territoires faiblement peuplés qui souhaitent développer leur économie résidentielle. Il paraît donc indispensable d'avoir une approche qualitative de l'attractivité en tenant compte des représentations individuelles et collectives afin d'aboutir à une vision d'ensemble de la notion d'attractivité à des fins d'action publique.

Mots clés : attractivité – territoire – faibles densités – politiques publiques – qualité de vie.

Introduction

Le questionnement sur la nécessité de repenser les politiques d'attractivité résulte de plusieurs constats. En premier lieu, l'accroissement de la compétition interterritoriale pour accueillir de nouveaux habitants ou de nouvelles activités, avec un concept d'attractivité qui est devenu un thème important des politiques locales, en particulier dans les territoires de faibles densités qui semblent, à priori, dans ce domaine, en position de faiblesse par rapport aux territoires urbains. De même, l'étude de l'attractivité des territoires, dans la littérature scientifique, a largement privilégié une définition qui part de l'objet attiré (différents types de population, différents types d'activités)¹. Cette conception dominante de l'attractivité apparaît incomplète pour définir les politiques publiques au sens où elle ne permet pas de penser et de concilier un certain nombre de questions cruciales (qualité de vie sur le territoire, développement soutenable/durable, etc.) qui se posent aujourd'hui aux décideurs. Enfin, on peut noter que les discours, comme les études scientifiques sur l'attractivité, ont progressivement évolué d'une prise en compte de la qualité de l'environnement économique à celle de la qualité des lieux². Ce changement de paradigme a notamment renforcé la volonté de prise en compte des caractéristiques sociales d'un lieu (relations socio-spatiales locales,

1 Coeuré et Rabaud 2003 ; Abella 2006 ; Mulkay 2006 ; Pumain 2017

2 Stiglitz et al 2009 ; Alexandre et al 2010 ; Musson 2010 ; Poirot et Girardin 2010 ;

interactions entre acteurs, atmosphères, conflits, valeurs, etc) dans la mise en place des politiques publiques locales.

Dans le cadre du programme PSDR 4 « AttractInnov » en particulier, nous avons donc choisi de travailler sur une approche qualitative de l'attractivité permettant d'aborder la dynamique des territoires sous un angle social et culturel, en tenant compte des représentations individuelles et collectives. Il ne s'agit pas d'abandonner les orientations quantitatives de la recherche sur l'attractivité, mais bien de les compléter par une approche qui tient compte de la qualité de vie, de la perception et de la représentation des territoires, afin d'aboutir à une vision d'ensemble de la notion d'attractivité à des fins d'action publique.

Notre apport scientifique s'appuie sur trois études menées jusqu'alors, dépassant le strict cadre du programme AttractInnov. Ainsi avons-nous intégré à notre recherche une analyse de la perception de la qualité de vie, dans un échantillon de communes auvergnates³, issue d'enquêtes de terrain menées dans le cadre d'un programme Hubert Curien⁴. Nous avons ensuite mobilisé une enquête menée à l'échelle de l'ancienne région Auvergne portant sur les ressorts de l'attractivité vue par les habitants (anciens et nouveaux)⁵. Enfin, une analyse des discours des acteurs territoriaux (politiques, économiques, associatifs) a été effectuée, suite à une série d'entretiens menée sur le terrain, ayant pour objectif de connaître les dimensions de l'attractivité privilégiées par les acteurs locaux.

Pour répondre à la question posée dans le titre de notre communication nous insisterons dans un premier temps sur l'intérêt scientifique et opérationnel d'une approche qualitative de l'attractivité, pour ensuite montrer en quoi les résultats des enquêtes de terrain confortent ou non l'importance de la prise en compte de la dimension qualitative de l'attractivité.

I - INTRODUIRE LA DIMENSION QUALITATIVE DE L'ATTRACTIVITÉ DANS LES POLITIQUES PUBLIQUES, UNE NÉCESSITÉ ?

Pour répondre à des enjeux opérationnels

Dans un contexte de mobilités croissantes et de demande sociale pour une meilleure qualité du cadre de vie, les enjeux de qualité de vie sont de plus en plus mis en avant dans les facteurs d'attractivité (Knox, Mayer, 2009). Ainsi le choix de plus en plus fréquent de l'économie résidentielle, associée plus ou moins à l'économie productive, a-t-il, élargi le potentiel de développement socio-économique des territoires en général et notamment des territoires de faibles densités souvent défavorisées pour l'accueil des acteurs de l'économie

3 328 enquêtes menées sur 12 communes : Saint-Flour, Yssingeaux, Brioude, Ambert, Issoire, Vic-le-Comte, Billom, Cournon-d'Auvergne, Thiers, Lapalisse, Saint-Pourçain-sur-Sioule, Commentry.

4 Programme Hubert Curien en 2011-2013 (Polonium) : « La qualité de vie dans les petites villes. Approche comparée France-Pologne ».

5 Enquête réalisée en juin 2016, dans le cadre du programme de recherche « AttractInnov », auprès d'un échantillon aléatoire de 2 184 personnes résidant en Auvergne, interrogées au moyen d'un questionnaire en ligne.

productive. Dans cette nouvelle orientation, les dimensions sociales (bien vivre), environnementales (cadre de vie) et économiques (conditions de vie) des politiques publiques mises en place sont essentielles.

Cette évolution stratégique en termes de développement territorial peut se lire également, à titre d'exemple, dans le marketing territorial mis en place par les acteurs locaux. Ainsi l'environnement, le patrimoine et les caractéristiques sociales sont-ils largement utilisés pour promouvoir les territoires. A titre d'exemple, nous pouvons reprendre ici les principaux résultats d'une étude réalisée par H. Mainet (Mainet, 2011) à partir de l'analyse des sites Internet officiels d'un échantillon de communes centres de petites villes auvergnates (choisies pour être représentatives de différentes tailles démographiques, situations géographiques et trajectoires socio-économiques). Ils montrent clairement la place des argumentaires en lien avec le cadre de vie, abordé à travers les caractéristiques environnementales présentées comme « naturelles » ou « préservées » et les aménités sociales qui sont souvent présentées selon des références villageoises (tableau 1)

Tableau 1 : Thématiques promotionnelles des sites internet d'un échantillon de communes auvergnates

Mots thématiques utilisées		Nombre de références thématiques	%
Thématiques dont	Qualité du cadre de vie (« préservé », « naturel »	20	24,1
	Qualité de vie (« où il fait bon vivre » ; « convivialité »	17	20,5
	Patrimoine	15	18,1
	Dynamisme de l'économie locale	11	13,3
Total échantillon analysé		83	100

Source : analyse d'une sélection de sites Internet de petites villes : thématiques développées dans la page de présentation (H. Mainet, 2010)

On constate également que le volet économique est le moins mobilisé dans le discours promotionnel. « Cela peut s'expliquer par la montée en puissance des structures intercommunales qui détiennent la compétence du développement économique. Les municipalités communiquent donc moins sur cette thématique, en dehors de la présentation de formes de dynamisme local, principalement lié à la diversité des commerces et services présents sur le territoire » (Mainet, 2011).

Pour tenir compte de l'évolution des approches scientifiques sur la question de l'attractivité territoriale

Scientifiquement, l'attractivité recouvre en fait deux approches : l'une, quantitative, qui traite la question sous l'angle de l'attraction (les flux) ; et l'autre, qualitative, qui l'aborde sous l'angle de l'attrait du territoire (la « capacité à se rendre désirable, quel qu'en soit la raison », Alexandre et al, 2010). Si l'attraction se réfère toujours à l'objet attiré (population et ressources, selon les auteurs), et peut se quantifier (solde migratoire, installation d'entreprises, mesure de flux) l'attrait décrit, lui, les caractéristiques attractives du territoire, la qualité du lieu, notion qui est en grande partie subjective et difficilement mesurable. La notion d'attrait d'un territoire, ainsi défini, (ou pour un territoire, si l'on adopte un point de vue extérieur) nous amène alors à explorer les aspects qualitatifs de l'attractivité territoriale, notamment à travers la notion de qualité d'un lieu, dont l'appréciation peut varier d'un individu, ou groupe d'individu, à un autre.

Le décalage observé dans certains territoires entre performance économique et solde migratoire montre bien que l'attractivité relève aussi d'un registre plus subjectif, relevant alors davantage de l'attrait car les moteurs de l'attraction sont également psychosociologiques et basés sur des décisions collectives ou individuelles dépendant des représentations, des goûts et de l'intérêt des acteurs (habitants, touristes, acteurs institutionnels ou économiques).

Dans le domaine de la recherche cette question de l'attrait du territoire a aussi donné lieu à quelques analyses. La plus originale est sûrement celle de R. Florida (Florida, 2002), pour qui l'attrait d'un lieu, pour les entreprises, serait défini par les personnes qui y résident. A partir de son analyse de la classe créative, R. Florida considère que ses membres opteraient donc pour un lieu de résidence en se basant sur les modes de vie plutôt que sur l'emploi. En conséquence, les entreprises choisiraient de s'établir là où les individus créatifs décideraient de vivre.

Bien sûr, d'autres travaux montrent bien la difficulté de définir une classe créative, ainsi que le manque de données permettant d'établir une relation causale entre sa présence en un lieu et la santé démographique et économique de celui-ci (H.K. Hansen et T. Niedomysl 2009 ; M. Storper et A. Scott 2009). Toutefois, le mérite de la contribution de R. Florida, même si elle porte sur les grandes villes, aura été d'interroger l'attractivité d'un territoire également sous les angles sociaux, écologiques et humains, et donc d'élargir le spectre de ce qui constitue une ressource territoriale, dont la connaissance précise est indispensable pour définir une politique d'attractivité.

D'autres études, surtout anglo-saxonnes, qui ont abordé l'attractivité sous l'angle du territoire ont traité de ses caractéristiques attirantes, formant la qualité d'un lieu. Ainsi, R. Foster (Forster, 1977) a-t-il souligné l'importance des investissements dans l'infrastructure sociale pour les personnes. D'autres, comme T.N. Clark *et al.*, (Clark et al. 2003) ont mis en avant le rôle des équipements publics et du mode de vie pour attirer le personnel hautement qualifié, et K.E. Portney (Portney, 2003) a lié la croissance économique au niveau de qualité de

l'environnement qu'on y trouve. Si les travaux sur la qualité d'un lieu restent orientés plutôt vers le monde économique, la notion de qualité d'un lieu peut tout aussi bien être appliquée à l'attractivité des résidents, à travers la notion de qualité de vie.

L'utilisation de cette dimension qualité de vie dans l'analyse de l'attractivité ne va pas sans un certain nombre de limites et certains auteurs comme M. Crozet *et al.* (Crozet et al. 2004), et D. Harvey (Harvey, 1989) ont montré que la qualité de vie (*the good life*, dans leurs mots) restait une notion socialement construite dont les caractéristiques hégémoniques sont dictées par les couches de la société les plus aisées.

Malgré tout la dimension qualitative du lieu comme élément d'analyse de l'attractivité territoriale, au moins potentielle, semble devenu incontournable. Qu'en est-il réellement au regard des analyses de terrain. La qualité du lieu est-elle un facteur déterminant d'installation ? Quelle est la part du subjectif et donc de l'attrait (représentation, perception, sentiment de bien-être, etc) et de l'objectif, et donc de l'attraction (présence d'un emploi, d'un équipement, flux) dans l'attractivité d'un territoire pour les habitants et pour les acteurs économiques et politiques ? C'est en tout cas la combinaison de ces deux dimensions, l'attrait et l'attraction qui constitue l'attractivité d'un territoire.

II – ATTRAIT ET ATTRACTION : ENTRE PERCEPTION QUALITATIVE ET PRAGMATISME ECONOMIQUE

Les enquêtes que nous avons menées⁶ nous ont permis de mettre en évidence les critères d'attractivité qui sont le plus souvent mis en avant par les habitants et les acteurs locaux, et notamment s'ils résultent davantage d'une approche par l'attrait ou bien plutôt par l'attraction.

Plutôt l'attrait à grande échelle et pour les résidents : la qualité de vie fortement mobilisée

La valorisation des aménités sociales et l'importance des aspects environnementaux dans les images et représentations des habitants auvergnats sur leur qualité de vie apparaissent essentielles. Comme on peut le voir dans le tableau n° 2 issu des résultats des enquêtes menées dans le cadre du programme Hubert Curien, les habitants des communes concernées apprécient la qualité de vie qui leur est offerte, essentiellement en lien avec les attributs territoriaux. Ces derniers sont plus importants que les aspects personnels et familiaux, ainsi que ceux liés à la vie sociale. Notons que la dimension condition de travail considérée comme la possibilité d'avoir un emploi sur place ou à proximité n'apparaît pas comme prioritaire pour une bonne qualité de vie.

Tableau 2 – La qualité de vie du point de vue des habitants

⁶ Programme Hubert Curien et programme PSDR « AttractInnov »

	Ensemble des communes enquêtées
Appréciation de la qualité de vie dans la commune de résidence (en % de réponse)	
Excellente	49,0
Bonne	43,2
Acceptable	4,2
Mauvaise	1,2
Composantes de la qualité de vie (en niveau d'importance des citations)	
Attributs du territoire (tranquillité, environs naturels préservés, qualité des commerces et services...)	1
Aspects personnels (propice à la vie de famille et à l'épanouissement personnel, bonnes conditions matérielles et de santé, loisirs...)	2
Aspects de la vie sociale (relations de voisinage, sécurité, « ville à taille humaine »...)	3
Conditions de travail (avoir un emploi sur place, proximité du lieu de travail)	4

Sources : enquêtes population – H. Mainet, 2013

De même, dans l'enquête réalisée en juin 2016 dans le cadre d'AttractInnov (graphique 1), il en ressort clairement également que la qualité de vie constitue, de loin, le facteur d'attractivité le plus important pour leur région. On peut aussi y ajouter le critère d'authenticité, qui arrive en deuxième position et qui, bien que difficilement définissable, peut être rapproché de la qualité de vie. Ces résultats confirment si besoin l'intérêt de la prise en compte de la dimension qualité de vie dans la mise en place d'une politique d'attractivité. Ce sont bien les éléments les plus subjectifs, résultant de l'attrait, qui se présentent comme les facteurs d'attractivité les plus importants

Figure 1

Source : enquête « attractInnov » M. Chaze 2017

A contrario, les principaux handicaps cités par les auvergnats relèvent avant tout d'aspects matériels (graphique 2). En premier lieu, il s'agit surtout de l'accessibilité de la région en transport. Malgré la présence d'un carrefour autoroutier, d'un aéroport et d'une desserte ferroviaire régulière vers Paris et Lyon, il manque encore à l'Auvergne, et en particulier à Clermont-Ferrand, une connexion au réseau ferré à grande vitesse pour être correctement relié aux grandes métropoles nationales (Paris, Lyon). Mais la persistance de l'image d'enclavement de l'Auvergne relève autant d'une réalité matérielle que de son histoire.

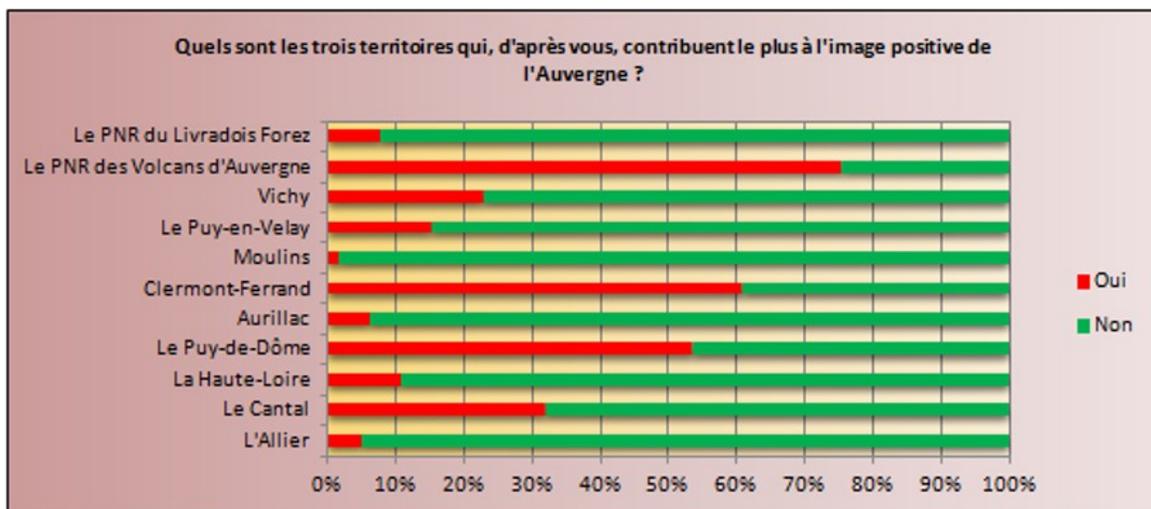
Graphique 2

Source : enquête « attractInnov » M. Chaze 2017

Des territoires qui restent toutefois inégalement attractants

Si l'on retient dans les résultats de nos enquêtes auprès de la population la perception de l'attrait des différents territoires auvergnats, d'importantes inégalités apparaissent (graphique 3). Ainsi, à la question de savoir quels sont les territoires qui contribuent le plus à l'image de l'Auvergne, le cœur de la région (Clermont-Ferrand, le PNR des Volcans et le département du Puy-de-Dôme) se distinguent nettement des autres territoires par l'image positive qu'ils renvoient. Cela s'explique autant par le dynamisme économique et culturel de l'agglomération clermontoise, qui tranche avec le reste de la région, que par l'image originale véhiculée par les paysages des volcans d'Auvergne (Puy de Dôme, Puy de Sancy...).

Graphique 3



Les autres territoires contribuant plus modestement à l'image positive de l'Auvergne sont le département du Cantal, Vichy et dans une moindre mesure Le Puy-en-Velay. Indépendamment de la subjectivité des réponses, l'explication de ces résultats rejoint ce que nous avons évoqués précédemment, à savoir le cadre naturel et paysager pour le Cantal, mais aussi le patrimoine historique et architectural pour Vichy et Le Puy. L'image positive de ces territoires est donc largement fonction du cadre de vie confectionné par la nature et l'histoire.

La distinction des différents territoires en matière d'image confirme le rôle du dynamisme économique dans l'attrait des territoires. Mais elle ajoute aussi le facteur du patrimoine paysager et architectural, tant lié à l'environnement naturel qu'aux héritages historiques dont les politiques publiques doivent se saisir en particulier dans les territoires de faibles densités plus à l'écart des grandes dynamiques économiques liées à la mondialisation notamment.

La résistance de l'attraction par l'emploi à petite échelle et pour les nouveaux venus

Si l'on observe plus précisément les motifs d'installation des populations dans les communes enquêtées, l'existence ou la proximité d'un emploi arrivent en première position, et ce même si là aussi les critères qualitatifs cumulés dominant (si on agrège les catégories « cadre de vie », « tranquillité » et « proximité de la nature et de la campagne » représente près de 30 % des réponses et la question des attaches, « proximité familiale », « lieu d'enfance », près de 20 %). Si la dimension économique n'est donc pas considérée comme un attribut prioritaire de qualité de vie de la petite ville, et donc de leur attrait, elle participe encore assez fortement à son attraction. On rejoint ici les résultats des travaux sur les modes d'habiter des habitants du périurbain (Cailly, 2008 ; Dodier 2007, Morel-Brochet, 2007) qui ont bien montré comment les nouveaux habitants d'une commune commencent par opérer la sélection d'un territoire assez large situé à une distance considérée comme acceptable en termes de coûts (horaires et financiers) du lieu ou des lieux de travail au sein du ménage, selon une logique d'attraction assez captive. Ils affinent ensuite leur choix résidentiel, davantage dans une logique d'attrait

du territoire, et donc de prise en compte de la qualité de vie qu'il offre à partir des caractéristiques des logements disponibles (prix, taille, etc.) et des aménités recherchées dans le lieu de résidence (cadre de vie, gamme de commerces et services). Le choix final du lieu de résidence résulte en fait d'une combinaison fine de plusieurs paramètres prenant en compte des caractéristiques individuelles, familiales et territoriales et combinent également les deux principales dimensions de l'attractivité : l'attraction, qui justifie la mobilité résidentielle par la présence d'un emploi raisonnablement accessible et l'attrait par la qualité de vie recherchée et où l'enjeu se situe à une échelle plus fine et souvent intra-territoriale, voire à l'échelle d'un bassin d'emploi par exemple.

Tableau 3 Les raisons d'installation dans les communes enquêtées (en %)

Travail/emploi	21,6
Proximité nature et campagne	11,0
Proximité d'une grande ville	10,4
Cadre de vie agréable	9,8
Prix fonciers/immobiliers	9,5
Proximité familiale	7,3
Lieu d'enfance	7,3
Tranquillité	6,7
Logement	6,4
Mariage	3,4
Services, commerces, équipements	0,3
Autres	9,4

Sources : enquêtes population 2012-2013 – H. Mainet 2013

Ainsi, les raisons invoquées par les nouveaux habitants pour expliquer leur venue en Auvergne résultent-elles principalement d'une logique d'attraction, en lien avec leur activité : lieu d'études (31 %) et raison professionnelle (21 %). La recherche d'une meilleure qualité de vie, et donc une logique d'attrait, ne représente que 15 % des réponses. Par contre pour le choix précis du lieu de résidence, donc à l'échelle communale (voire infra-communale) les critères de qualité de vie sont nettement privilégiés. Ainsi l'attraction et l'attrait peuvent-elles justifier des orientations stratégiques différentes mais complémentaires.

Une perception de l'attractivité qui reste largement guidée par l'inégal dynamisme économique des territoires

La perception de l'attractivité de la commune de résidence varie fortement sur le territoire auvergnat. Au travers des enquêtes il apparaît clairement que les habitants de l'agglomération clermontoise perçoivent de façon nettement positive l'attractivité de leur commune. La dynamique économique de l'ancienne capitale régionale joue fortement sur la perception de l'attractivité des communes qui la composent. Cette bonne perception s'étend aussi sur les communes de l'axe limagnais, jusqu'à Vichy et Gannat, expliquant ainsi les images d'attractivité positives que renvoient les communes de Riom, Issoire et Vichy. Les communes

de l'Yssingelais renvoient aussi une image très attractive, liée au dynamisme économique du district industriel ainsi qu'à la périurbanisation stéphanoise.

A l'inverse, la perception de l'attractivité des communes des autres arrondissements est majoritairement négative. L'arrondissement de Montluçon, de tradition industrielle, et celui de Brioude, relativement isolé, sont ceux dont les habitants ont la plus mauvaise appréciation de l'attractivité de leur commune de résidence. Dans une moindre mesure, une vision négative est aussi majoritaire dans les arrondissements qui présentent un caractère rural très affirmé et des densités de population faibles (Ambert, Thiers, Saint-Flour, Mauriac). Ici, le déclin démographique trouve sa traduction dans la vision plutôt négative que les habitants ont de leur commune.

Du côté des acteurs l'attraction reste la principale clef de lecture de l'attractivité

Dans les discours analysés à partir des enquêtes de terrain qui portaient à la fois sur la définition de l'attractivité et sur les atouts et faiblesses de leur territoire par rapport à celle-ci, il apparaît très clairement que la dimension économique et matérielle de l'attractivité (emploi, équipement, infrastructure) domine. Même quand la qualité de vie est citée, c'est majoritairement par le prisme de la présence d'un certain nombre d'équipements (loisirs, santé) même si « ces équipements restent limités et élémentaires » (chargé de mission Yssingaux).

De même, quand la dimension sociale et/ou culturelle du territoire est abordée, elle l'est quasi uniquement sous l'angle des réseaux d'acteurs avec la nécessité de « travailler bien ensemble dans le même sens » (Agent de développement, Aurillac) ou encore de « l'existence de réseaux interpersonnels denses entre les acteurs locaux qui facilitent les prises de décision et la résolution des problèmes en matière de développement local » (chargé de mission Yssingaux).

Malgré tout, dans ces entretiens la dimension d'attrait est quelquefois convoquée par certains acteurs en particulier sous l'angle de la perception : « L'attractivité, c'est d'abord une bonne image » pour un chargé de mission (St-Eloy), « L'attractivité est une forme de séduction », pour un élu et chef d'entreprise (Aurillac). Bien sûr, la fonction des acteurs interrogés joue beaucoup dans la définition qu'ils donnent de l'attractivité. A titre d'exemple, les personnes qui travaillent ou ont travaillé dans le secteur privé ont, par exemple, tendance à centrer leur vision sur les aspects économiques et l'emploi. Cela se retrouve aussi beaucoup chez les élus, dont la plupart d'entre eux sont aussi passés par le secteur privé. A l'inverse, les responsables associatifs insistent plus sur les éléments d'attrait d'un territoire.

Au total, en analysant l'ensemble des discours recueillis on peut clairement opposer une approche de l'attractivité en termes matériels (ce qui attire sur un territoire en termes d'équipements), et qui relève donc plus de la notion d'attraction d'un territoire, très majoritaire dans les discours et une approche plutôt en termes d'image et de représentation du territoire (paysages, environnement, sociabilité), relevant donc plus de la notion d'attrait

d'un territoire, qui reste minoritaire dans les discours et en tout cas rarement prioritaire. La double dimension de l'attractivité ne semble donc pas complètement perçue par les acteurs locaux.

Conclusion :

Pour répondre à la question de départ, les recherches menées dans le cadre des programmes Hubert Curien et AttractInnov le montrent clairement, il faut valoriser autre chose que l'économique (voire même que le niveau d'équipement qui sera toujours inférieur à celui des villes) dans les politiques d'attractivité des territoires à faible densité, ou en tout cas changer de paradigme. Les aspects personnels et de la vie sociale (tableau 3) jouent un rôle dans l'attractivité territoriale, or cet aspect n'a été que très peu abordé par les acteurs rencontrés, ou de manière incidente, et en tout cas jamais considéré comme un facteur essentiel d'attractivité, alors qu'ils apparaissent comme primordiaux pour les habitants. Il y a un décalage entre l'image que l'on souhaite donner, ou que l'on a du territoire dans lequel on s'est installé (attrait) et les stratégies d'attractivité mise en place où le curseur est remis au niveau de l'attraction, en privilégiant sa dimension économique et matérielle (emplois, équipements) considérée encore comme plus sûre pour attirer des populations et/ou des entreprises, mais également plus lisible et donc plus porteuse électoralement. Ceci explique sans doute une forme de mimétisme tant dans les stratégies souhaitées que dans celles mises en place en matière d'attractivité. Seule une approche plus approfondie, au moins complémentaire, dans le registre de l'attrait pourrait permettre de se différencier.

A ce titre, en matière de politique d'attractivité l'Auvergne est un bel exemple de la dissension, voire de la contradiction en matière de choix stratégiques qui peut exister, dans les territoires à faible densité, entre attraction et attrait. Ainsi soit la région Auvergne joue la carte de l'attrait en mettant en valeur sa qualité de vie autour des notions de nature, de campagne, de patrimoine et de tranquillité, au risque de continuer à renvoyer l'image d'une région atone sur le plan économique, et finalement d'attirer peu de monde (les enquêtes montrent bien qu'à l'échelle de la région ce ne sont pas ces critères de qualité de vie qui enclenchent majoritairement une mobilité résidentielle en leur faveur, en particulier pour les actifs) ; soit jouer la carte de l'attraction en mettant, par exemple, en avant le dynamisme de sa principale agglomération et de son environnement économique, mais au risque d'amoinrir ses atouts actuels, bien identifiés par ses habitants, peut-être moins bien perçus par les personnes extérieures. Mais si l'organisation géographique de la région Auvergne-Rhône-Alpes semble orienter les acteurs locaux vers la première option, voire même l'accentuer, une troisième voie consisterait à jouer sur les deux dimensions principales de l'attractivité : l'attrait en valorisant l'image paisible de la région (le « poumon vert ») et l'attraction en jouant la carte du dynamisme de l'agglomération clermontoise. Pour cela, l'accession de l'agglomération au statut de métropole pourrait favoriser cela. La réponse à ce dilemme passe aussi sûrement par la prise en compte des échelles territoriales d'action et de

la recherche de complémentarité dans les stratégies mises en place : plutôt l'attrait (qualité de vie) à l'échelle locale, plutôt l'attraction (dynamisme économique) à l'échelle régionale.

Bibliographie

- ABELLA, M. (2006). Global competition for skilled workers and consequences. In Kupsch, C. et Pang, E.F. (eds.), *Competing for Global Talent*. International Institute for Labour Studies. International Labour Organization. Genève, 11-32.
- CAILLY L. (2008), « Existe-t-il un mode d'habiter spécifiquement périurbain ? », *EspacesTemps*, Textuel, <http://espacestemps.net/document5093.html>.
- CLARK T.N. (2003), *The city as an entertainment machine*, San Diego (CA), Elsevier, 292 p.
- COEURE, B. et RABAUD, I. (2003). Attractivité de la France : analyse, perception et mesure. *Économie et statistiques* 363-364-365, 97-127.
- CROZET M., MAYER T. & MUCCHIELLI J.L. (2004), "How do firm agglomerate ? A study of FDI in France", *Regional science of urban economics* 34, 1, pp. 27-54
- DODIER R., CAILLY L. (2007), *La diversité des modes d'habiter des périurbains dans les villes intermédiaires : différenciations sociales, démographiques et de genre*, *Norois*, Presses universitaires de Rennes, 4, 205, pp. 67-80, <Halshs-00265318>.
- FLORIDA R. (2002), *The rise of the Creative Class*, Basic Book, Cleveland, 416 p.
- FORSTER R. (1977), "Economic and quality life factors in industrial location decisions", *Social Indicators Research*, 4, pp. 247-265.
- HARVEY D. (1989), "From managerialism to entrepreneurialism : the transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler B* 71, pp. 13-17.
- KNOX, P.L., MAYER H. (2009), *Small Town Sustainability. Economic, Social, and Environmental Innovation*, Basel, Boston, Berlin, Birkhäuser, <http://dx.doi.org/10.1515/9783034608978>.
- MAINET H. (2011), « Les petites villes françaises en quête d'identité : ambiguïté du positionnement ou image tactiquement combinée ? », *MOTS*, Les langages du politique, ENS Editions, n° 97, novembre 2011, pp. 75-89.
- MOREL-BROCHET A. (2007), « À la recherche des spécificités du mode d'habiter périurbain dans les représentations et les sensibilités habitantes », *Norois*, 205, 4, pp. 23-35.
- MULKAY, B. (2006). *La compétitivité d'un territoire*. Colloque du CRIES. 9 et 10 octobre.
- PORTNEY K.E. (2003), *Taking sustainable cities seriously. Economic Development, the Environment, and quality of life in American cities*, MIT Press, Cambridge, MA, 300 p.
- PUMAIN D. (2017). *Attraction, attractivité*. Hypergeo [en ligne], consulté le 02/08/2017, URL : <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article39>
- STORPER M., SCOO A.J. (2009), "Rethinking human capital, creativity and urban growth", *Journal of Economic Geography*, 9, 2, pp. 147-167.

