Belgeo

Revue belge de géographie

3 | 2019

Les petites villes européennes comme enjeu d'équité territoriale/Small European cities as stakes for territorial equity

L'attrait des petites villes, une chance pour redynamiser leur centralité ?

Réflexions à partir du cas des petites villes auvergnates

Jean-Charles Edouard

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/34295>

DOI : 10.4000/belgeo.34295

ISSN : 2294-9135

Éditeur :

National Committee of Geography of Belgium, Société Royale Belge de Géographie

Référence électronique

Jean-Charles Edouard, « L'attrait des petites villes, une chance pour redynamiser leur centralité ? », *Belgeo* [En ligne], 3 | 2019, mis en ligne le 16 mai 2019, consulté le 13 février 2020. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/34295> ; DOI : 10.4000/belgeo.34295

Ce document a été généré automatiquement le 13 février 2020.

Belgeo est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

L'attrait des petites villes, une chance pour redynamiser leur centralité ?

Réflexions à partir du cas des petites villes auvergnates

Jean-Charles Edouard

Introduction

- 1 La fragilisation des petites villes comme pôles de centralité à une échelle interterritoriale est souvent évoquée dans la littérature géographique. Cela est lié en premier lieu à leur faible attractivité dans un contexte de métropolisation, en particulier pour celles situées en dehors de l'influence forte d'une métropole, nonobstant de fortes différences régionales. Malgré tout, avec l'accroissement de la compétition interterritoriale pour accueillir de nouveaux habitants ou de nouvelles activités, le concept d'attractivité est devenu l'un des thèmes centraux de leurs politiques locales. Or l'analyse de l'attractivité des territoires s'est principalement centrée sur une approche qui partait de l'objet attiré (différents types de population, différents types d'activités)¹, privilégiant alors la notion d'attraction. Cette conception dominante de l'attractivité est, à notre sens, incomplète pour définir les politiques publiques dans la mesure où elle ne permet pas de penser et concilier un certain nombre de questions cruciales (qualité de vie sur le territoire, développement soutenable/durable, etc.) qui se posent aujourd'hui aux décideurs, notamment ceux des petites villes.
- 2 En effet, le discours sur l'attractivité (acteurs, chercheurs) semble avoir progressivement évolué de la qualité de l'environnement économique à la qualité des lieux dans un sens beaucoup plus large, renouvelant l'attention pour les caractéristiques sociales d'un lieu (relations socio-spatiales locales, interactions entre acteurs, atmosphères, conflits, valeurs, perception, représentation etc.). Enfin, il s'impose aujourd'hui que l'attractivité d'un lieu n'est plus liée aux seuls critères

économiques, à l'équipement ou l'aire de rayonnement, mais se caractérise par une grande variété de contenus. Ainsi, l'attractivité organisée par les petites villes s'intègre-t-elle aux champs de la gestion locale (culture, urbanisme, développement local, image). Elle acquiert donc une plus grande dimension stratégique dans la mesure où elle autorise un approfondissement des spécificités locales. Elle pourrait permettre un positionnement plus original basé sur une meilleure différenciation de l'offre par rapport aux autres échelons territoriaux, voire entre les petites villes.

- 3 Face à ces constats nous avons, depuis 2011, mené des recherches sur la question de l'attractivité, en particulier dans le cadre de deux programmes scientifiques² concernant la région Auvergne et ses petites villes. Ils ont tous les deux privilégié une démarche qualitative (entretiens, enquêtes).
- 4 Après avoir montré l'intérêt scientifique puis opérationnel d'une approche qualitative de l'attractivité pour les petites villes à partir, essentiellement, d'un état de l'art, nous mobiliserons ensuite nos enquêtes de terrain qui ont mis les différentes dimensions de la notion d'attractivité et l'intérêt d'une approche plus qualitative à l'épreuve des habitants et des acteurs locaux (politiques, économiques, associatifs notamment).

Repenser l'attractivité dans toutes ses dimensions : les deux principales dimensions d'une même notion

L'approche par l'attraction

- 5 La notion même d'attractivité n'a jamais été au cœur des préoccupations des géographes. Ainsi, les dictionnaires de géographie lui substituent-ils généralement la notion d'attraction (Moriconi-Ebrard, 2003 ; Bavoux, Chapelon, 2014), présentée comme un attribut de l'attractivité. Par exemple, dans l'encyclopédie en ligne Hypergeo, D. Pumain définit l'attractivité comme « une mesure de la force d'attraction d'un lieu, en général d'après la somme des flux attirés par ce lieu » (Pumain, 2017). L'attractivité apparaît donc ici comme un moyen de quantifier des flux générés par un territoire (Chaze, 2017).
- 6 De même, pour les auteurs qui placent cette notion au centre de leur analyse territoriale, à l'instar de B. Mulkay, elle est définie comme « sa capacité à conserver ou à attirer des activités nouvelles et des emplois » (Mulkay 2006). On retrouve la même idée chez E. Olszak pour qui l'attractivité correspond à la capacité d'un territoire à attirer l'implantation de nouveaux établissements, les capitaux ou la main-d'œuvre hautement qualifiée (Olszak, 2010).
- 7 Pour ces deux auteurs, l'attractivité d'un territoire est donc synonyme de sa capacité d'attraction, sous l'angle de l'objet attiré. Ce dernier comprend alors deux grandes dimensions : la population et le capital (Chaze, 2017). A titre d'exemple, J. Poirot et H. Gérardin distinguent l'attractivité des personnes permanentes et temporaires, de l'attractivité des investisseurs (Poirot, Girardin, 2010). De même, M. Abella en étudiant l'attractivité des travailleurs, distingue l'attractivité du capital humain (les salariés) de l'attractivité des entreprises (ou activités économiques) (Abella, 2006).
- 8 Cette approche par l'attraction privilégie l'étude de la « capacité à drainer des flux et à fixer durablement des populations et des ressources » (Alexandre et al, 2010). Elle laisse

de côté les aspects qualitatifs de l'attractivité des territoires eux-mêmes, et notamment l'attrait.

L'approche par l'attrait

- 9 Pour H. Alexandre l'attrait désigne la « capacité à se rendre désirable, quelle qu'en soit la raison ». De même, dans un article plus ancien sur la question de l'attractivité territoriale, L. Rieutort et V. Angeon avaient mis en avant la notion d'attirance, que l'on peut aisément assimiler à la notion d'attrait, définie comme « ce qui est susceptible de retenir l'attention, ce qui séduit, ce qui a des chances de fixer. Sa traduction spatiale explicite à la fois ce qui est à l'origine de l'attraction (exercée par des pôles urbains ou ruraux : i.e. modèles des lieux centraux de Christaller) et le résultat de cette même attraction (renforcement des pôles, constitution de réseaux, organisation de l'espace en aires urbaines) » (Rieutort, Angeon, 2007). La notion d'attrait d'un territoire (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 les notions de qualité d'un lieu et de qualité de vie.
- 10 Cette question de l'attrait du territoire a donné lieu à plusieurs analyses antérieures. La plus originale, et même si on est très loin des petites villes, est sûrement celle de R. Florida, pour qui l'attrait d'un lieu, pour les entreprises, serait défini par les personnes qui y résident, et plus spécifiquement ceux qu'il intègre dans la « classe créative » (Florida, 2002). Pour lui, le choix du lieu de résidence se baserait donc sur les modes de vie et la qualité de vie, plus que sur l'emploi. Même si d'autres travaux ont bien montré 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 (Hansen, Niedomysl, 2009 ; Storper, Scott, 2009), le mérite de la contribution de R. Florida aura été d'ouvrir le spectre de la réflexion sur ce qui constitue une ressource territoriale, dont la connaissance précise est indispensable pour définir une politique d'attractivité. En dehors du capital économique, le capital social, écologique et humain doit être appréhendé pour comprendre l'attractivité d'un territoire.
- 11 De façon plus classique, d'autres études, notamment anglophones, ont abordé l'attractivité sous l'angle du territoire et ont traité de ses caractéristiques attirantes, formant la qualité d'un lieu. Ainsi R. Foster a-t-il souligné l'importance des investissements dans l'infrastructure sociale pour les personnes (Forster, 1977). D'autres, comme T.N. Clark *et al.*, ont mis en avant le rôle des équipements publics et du mode de vie pour attirer le personnel hautement qualifié (Clark *et al.*, 2002). K.E. Portney a lié la croissance économique au niveau de qualité de l'environnement qu'on y trouve (Portney, 2003). Cette littérature anglophone a été utilement complétée par des articles plus récents de chercheurs francophones qui abordent également l'intérêt des analyses qualitatives des territoires, notamment à travers les notions de qualité de vie et développement durable, ainsi que la recherche de leurs indicateurs de mesure (Lévesque *et al.*, 2002 ; Boulanger, 2004 ; Sénécal *et al.*, 2008 ; Musson, 2010 ; Le Roy, Ottaviani, 2011).
- 12 Si ces travaux sont majoritairement orientés vers le monde économique, les réflexions mobilisées peuvent très bien s'appliquer à l'attractivité des résidents, à travers la notion de qualité de vie qui peut être un élément important dans le processus

décisionnel de localisation tant pour les individus que pour les entreprises (Fothergill, Gudgin, 1982). Enfin, l'approche de l'attractivité par la qualité de vie permet d'intégrer quatre dimensions d'analyse de l'attractivité/attrait territoriale : le subjectif face à l'objectif, le social au détriment de l'économique, la question de la nature, et l'importance de la mobilité (Chaze, 2017).

- 13 Bien sûr, l'utilisation de la 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* et D. Harvey ont montré que la qualité de vie restait une notion socialement construite dont les caractéristiques hégémoniques sont dictées par les couches de la société les plus aisées (Crozet *et al.*, 2004 ; Harvey, 1989). Toutes les conceptions de la qualité de vie n'ont, en effet, pas le même potentiel de circulation dans la sphère publique et selon le niveau d'éducation (Wahl *et al.*, 2004). A titre d'exemple, les personnes les plus aisées ont tendance à donner plus d'importance à la nature que les chômeurs (Rogerson, 1999).
- 14 Au final en mettant en relation les trois notions d'attraction, d'attrait et d'attractivité, nous pouvons définir l'attractivité comme la capacité d'attraction d'un territoire en raison de l'attrait qu'il dégage. Cette définition simple présente l'avantage de mêler l'approche quantitative par l'objet attiré que représente la notion d'attraction et la mesure des flux, et l'approche qualitative par les caractéristiques du territoire que représentent la notion d'attrait (tableau 1).

Tableau 1. Attraction, attrait, attractivité : trois notions complémentaires.

	Attraction territoriale	Attrait territorial	Attractivité territoriale
Définition	Force qui attire les populations et/ou les capitaux vers un territoire, se traduisant par des flux comptabilisables	Ensemble des caractéristiques d'un territoire qui permettent d'attirer ou de fixer les populations ou les capitaux	Capacité d'attraction d'un territoire en raison de l'attrait qu'il dégage
Type d'approche	Approche par l'objet attiré vers le territoire (population et/ou capital)	Approche par les caractéristiques attrayantes d'un territoire (qualité de vie, qualité du lieu)	Combinaison des deux par l'objet attiré et par le territoire attrayant
Méthode d'analyse	Méthode quantitative privilégiée (flux, solde migratoire, etc)	Méthode qualitative privilégiée (représentation, perception, sociabilités, etc)	Combinaison des deux types de méthodes

Source : d'après M. Chaze (2017)

- 15 Dans un contexte de métropolisation (concentration des populations et des activités économiques à plus forte valeur ajoutée dans les plus grandes villes) et de compétition territoriale forte qui fragilisent fortement leur rôle traditionnel de pôles de centralité de proximité et leur pouvoir d'attraction, les petites villes peuvent-elles jouer alors la carte de l'attrait pour retrouver une dynamique positive en attirant, ou au moins en maintenant les populations, voire les acteurs économiques sur leur territoire. En tout

état de cause, la question mérite d'être posée en raison à la fois de l'évolution défavorable de beaucoup de petites villes, en Auvergne en particulier, mais également de la volonté de beaucoup d'acteurs politiques de jouer la carte de l'économie résidentielle, et donc de la valorisation des qualités territoriales.

Repenser l'attractivité dans toutes ses dimensions : une nécessité stratégique

Les petites villes auvergnates : des pôles de centralité en déficit d'attractivité

- 16 Les petites villes auvergnates présentent une démographie très majoritairement défavorable (évolution négative de la population, fort vieillissement), même si leur situation économique est assez proche des standards de ce niveau hiérarchique (poids de l'industrie, place du tertiaire) et si elles présentent une gamme très variée de situations fonctionnelles. Malgré tout, les petites villes auvergnates, comme bon nombre de petites villes à l'échelle nationale, font « face à des évolutions problématiques qui fragilisent les bases de leur développement économique (désindustrialisation, métropolisation, difficile transition économique, déclin commercial, disparition des services publics, etc.), les obligeant à repenser sans cesse leurs stratégies de développement et d'attractivité » (Edouard, 2016). Elles constituent donc un support d'étude intéressant pour réfléchir à la question de l'attractivité car elles sont globalement représentatives des différentes situations socio-économiques et spatiales des petites villes en France, et de la fragilisation de leur rôle de pôles de centralité.
- 17 A l'échelle de l'Auvergne, l'analyse de F. Beaucire à propos de l'évolution démographique des petites villes en France se confirme. Ainsi « parmi les bassins de vie qui déclinent à la fois dans les petites villes et leurs marges rurales, la baisse est presque toujours plus prononcée dans la petite ville que dans sa périphérie. Autrement dit, la petite ville n'est pas le simple reflet du déclin de certains bassins de vie : elle en est le miroir grossissant » (Beaucire *et al.*, 2016). En Auvergne, la quasi-totalité des petites villes perdent de la population. Seules celles situées dans l'influence directe de Clermont-Ferrand et de Saint-Etienne résistent et gagnent même de la population (Lezoux, Billom, Vic-le-Comte, Monistrol-sur-Loire, Sainte-Sigolène par exemple). Les mêmes auteurs rappellent aussi le caractère relativement ancien de ce déclin, conduisant très tôt à la marginalisation des petites villes dans les dynamiques territoriales observées, et en particulier celles de la « diagonale du vide » dans laquelle se trouvent l'Auvergne et ses petites villes. « Rappelons-nous le scénario de l'inacceptable formulé par la DATAR qui, en 1971, faisait apparaître une France dominée par les grandes vallées industrielles et urbaines. Apparaissait alors en « blanc », c'est-à-dire dans le « vide », la France des petites villes et de leur campagne... » (Beaucire *et al.*, 2016).
- 18 Ce processus de fragilisation des petites villes auvergnates, comme pôles de centralité, est très fortement lié à leurs difficultés économiques, comme à l'échelle nationale d'ailleurs, et en particulier à leur désindustrialisation, d'autant plus que l'Auvergne abrite encore de nombreuses petites villes que l'on peut qualifier d'industrielles, ou pour le moins d'« industrialisées », tant le nombre d'emplois dans le secteur secondaire

y reste plus élevé que la moyenne nationale (les villes de l'Yssingelais-Sigolènois, Ambert, Thiers, Issoire).

- 19 Beaucoup de ces petites villes souffrent aujourd'hui de la présence de secteurs d'activités économiques peu porteurs et insuffisamment diversifiés et d'une situation de reconversion économique non aboutie. Très clairement les villes les plus fragiles sont aussi les plus industrialisées historiquement, villes d'industrie lourde et villes minières entre autres (Montluçon, Thiers, Saint-Eloy-les-Mines, Commentry...). Il faut ajouter à cela assez classiquement, et souvent en lien avec le déclin industriel et la diminution de la population, la fermeture de bon nombre de services publics et la fragilisation des commerces qui étaient les supports de leur rôle de pôle de centralité. L'enjeu du maintien, voire du renouvellement de leur centralité est donc majeur. Peut-il passer par une meilleure prise en compte et valorisation de leur attrait ?

Le choix de l'économie résidentielle : une stratégie de développement basée sur l'attrait

- 20 Du côté de l'action et des acteurs, 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 des territoires, notamment des petites villes (Knox, Mayer, 2009). Le choix fréquent de l'économie résidentielle, associée plus ou moins à l'économie productive, a élargi le potentiel de développement économique des territoires en général et des petites villes en particulier. Dans cette nouvelle orientation économique, les dimensions sociales (bien vivre), environnementales (cadre de vie) et économiques (conditions de vie) des politiques publiques à mettre en place sont essentielles. « Les petites villes sont ainsi souvent décrites comme des « villes où il fait bon vivre », des « villes à taille humaine » et les acteurs locaux soulignent les aménités locales telles que le cadre de vie, la proximité avec la nature et la campagne ainsi que les relations sociales présentées comme fortes pour mettre en place des politiques de développement et de marketing destinées à attirer nouveaux habitants, touristes, si ce n'est investisseurs » (Mainet, 2016).
- 21 Cette nécessaire évolution stratégique en termes de développement territorial peut également se lire clairement, à titre d'exemples, à travers le marketing territorial mis en place par les acteurs des petites villes. Ainsi l'environnement, le patrimoine et les caractéristiques sociales sont-ils largement utilisés pour promouvoir les territoires. Une étude réalisée, par H. Mainet à partir de l'analyse des sites Internet officiels d'un échantillon de petites villes françaises (choisies pour être représentatives de différentes tailles démographiques, situations géographiques et trajectoires socio-économiques) montre nettement 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 2) (Mainet, 2011).

Tableau 2. Thématiques promotionnelles des sites internet de petites villes.

Mots thématiques utilisés	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, 2011)

- 22 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).
- 23 A partir de là, la question centrale qui se pose pour les petites villes est bien celle de la dimension de l'attractivité à valoriser : attrait et/ou attraction ?

Entre attrait et attraction : la réponse du terrain

- 24 Les éléments de réponse qui suivent s'appuient à la fois sur des enquêtes auprès des habitants menées dans un échantillon de petites villes (programme Hubert Curien), et à l'échelle de l'Auvergne (programme AttractInnov), mais également sur une série d'entretiens, menés auprès d'acteurs locaux³ (programme AttractInnov) de différents territoires auvergnats comprenant dans leur périmètre au moins une petite ville ou une ville moyenne (Aurillac, Montluçon, Saint-Eloy-les-Mines, Yssingeaux, Monistrol-sur-Loire, Thiers et Ambert), et répondant à la nécessité d'avoir des territoires diversifiés dans leur dynamique démographique et économique et dans leur caractère plus ou moins urbain ou rural.

Des petites villes attrayantes : la qualité de vie plébiscitée

- 25 A travers les enquêtes menées dans le cadre du Programme Hubert Curien (2011-2013, Polonium) sur la thématique de la qualité de vie en petites villes nous avons pu observer les critères d'attractivité qui étaient le plus souvent mis en avant par les habitants, et notamment s'ils résultaient davantage d'une approche par l'attrait ou plutôt par l'attraction. 328 enquêtes ont été menées auprès d'habitants dans 12 petites villes d'Auvergne⁴ choisies selon des critères de taille (entre 2 000 et 20 000 habitants), de localisation par rapport à la métropole régionale (situation périurbaine ou plus éloignée) et d'évolution socio-économique (petites villes industrielles ; petites villes tertiaires ; petites villes multifonctionnelles). Les questionnaires ont été distribués aux

familles par l'intermédiaire des élèves dans les collèges et lycées, de manière à toucher des familles et potentiellement de nouveaux habitants (jeunes actifs avec enfants).

- 26 Ces enquêtes ont confirmé la valorisation des aménités sociales et l'importance des aspects environnementaux dans les images et représentations des habitants des petites villes sur la qualité de vie. Comme on peut le voir dans le tableau 3, les habitants des petites villes 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. Toutefois, ces derniers sont tout de même privilégiés par rapport aux conditions de travail, considérées comme la possibilité d'avoir un emploi sur place ou à proximité, qui n'apparaissent pas vraiment comme prioritaires pour une bonne qualité de vie.

Tableau 3. Petite ville et qualité de vie du point de vue des habitants.

Appréciation de la qualité de vie dans la petite ville (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

Source : Enquêtes population (PHC, 2014)

Le rôle de la qualité du lieu confirmé dans l'attraction des petites villes (tableau 4)

- 27 De même, si l'on observe plus précisément les motifs d'installation des populations dans les petites villes, le cadre de vie (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 %. On est bien là encore dans le registre de la qualité de vie et donc de l'attrait qui motive près d'une installation sur deux.

Tableau 4. Les principales raisons d'installation dans la petite ville (en %).

Principales raisons d'installation dans la petite ville	
Proximité 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

Source : Enquêtes population 2012-2013 (H. Mainet, 2014)

- 28 Ces observations se retrouvent largement dans les résultats d'une 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.
- 29 Il en ressort que pour les personnes résidant en Auvergne la qualité de vie constitue, de loin, le facteur d'attractivité le plus important pour leur région (80 % des répondants ont cité la qualité de vie comme contribuant le plus à l'attractivité de la région). On peut aussi y ajouter le critère d'authenticité (cité par 55 % des répondants), qui arrive en deuxième position et qui, bien que difficilement définissable, peut être rapproché de la qualité de vie. Ces résultats confirment 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 cités.

Attrait et attraction : une question d'échelle territoriale et de mobilité ?

- 30 A la lecture du tableau 4, on remarque tout de même que la proximité d'un emploi est la raison d'installation la plus souvent évoquée. Cela montre que si la dimension économique n'est pas considérée comme un attribut de qualité de vie de la petite ville,

et donc d'attrait, elle participe encore assez fortement à son attraction pour peu que l'emploi soit suffisamment proche. Dans l'attractivité des petites villes, si le poids de l'attrait (qualité de vie, qualité du lieu) semble plus déterminant que celui de l'attraction (emploi, équipements), l'arbitrage entre ces deux notions répond aussi à une logique d'échelle territoriale et de prise en compte de la mobilité interterritoriale.

- 31 Cette dimension apparaît très clairement dans les 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 à partir des caractéristiques des logements disponibles (prix, taille, etc.) et des aménités recherchées dans le lieu de résidence (cadre de vie, sociabilités, gamme et proximité des commerces et services). Le choix final du lieu de résidence résulte 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 très majoritairement la mobilité résidentielle par la présence d'un emploi raisonnablement accessible et l'attrait par la qualité de vie recherchée, 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. Ainsi l'attraction et l'attrait justifient-ils des orientations stratégiques différentes mais complémentaires. Les petites villes peuvent jouer pleinement la carte de l'attrait (qualité de vie) à condition que les autres territoires dans lesquelles elles s'inscrivent (département, région, intercommunalité) travaillent davantage sur les moteurs classiques de l'attraction (emplois, équipements).

Du côté des acteurs de terrain : plus l'emploi et les équipements (attraction), que le social et/ou le culturel (attrait)

- 32 Dans les discours analysés à partir des enquêtes de terrain menées pour le programme AttractInnov⁵, 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).
- 33 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).
- 34 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.

- 35 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.
- 36 Les différentes dimensions de l'attractivité semblent donc inégalement perçues par les acteurs locaux. On peut alors s'interroger sur les stratégies menées par les acteurs des petites villes, en particulier politiques, et leur adéquation par rapport aux enjeux d'attractivité de ces territoires urbains de petite taille. Un des enjeux serait de se démarquer, de ne pas reproduire les politiques d'attractivité des villes plus grandes alors que leur offre n'est pas comparable. 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 aux villes plus grandes) dans les politiques d'attractivité, 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. Ceci peut paraître d'ailleurs contradictoire avec les résultats du travail mené par H. Mainet sur les discours promotionnels (tableau 2). Il y aurait alors un décalage entre l'image que l'on souhaite donner de son territoire (attrait) et les stratégies d'attractivité mises 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 aux petites villes de se différencier par rapport aux autres niveaux hiérarchiques et entre elles.
- 37 Une des clés de l'attractivité des petites villes, passage obligé pour retrouver ou redynamiser leur centralité, est peut-être bien la valorisation des ressources relationnelles. Territoires à « taille humaine » et souvent irrigués par un tissu social dynamique, elles sont des territoires de proximité et proposent des systèmes relationnels particuliers. Dans les entretiens les critères de vie sociale comme la qualité et le cadre de vie, mais surtout ceux comme les disponibilités en temps et l'agrément des relations sociales, bien que finalement souvent cités, évoqués, ne sont que rarement considérés comme prioritaires par les acteurs dans la définition de l'attractivité de leur territoire et dans les stratégies de développement qu'ils

envisagent. Il y a là un décalage dans la hiérarchie des critères d'attractivité présents ou à valoriser entre les acteurs décisionnels et les habitants.

Conclusion

- 38 L'analyse de l'attractivité des territoires a longtemps privilégié une approche par l'objet attiré (différents types de population, différents types d'activités). Les politiques qui en découlaient présentaient donc une dimension économique et démographique forte, et semblaient négliger les questions liées à la qualité de vie et aux représentations sociales des territoires. Or, on l'a vu, ce sont des aspects essentiels pour l'attractivité des petites villes, apparemment insuffisamment pris en compte par les décideurs, ou en tout cas de manière ambiguë, voire contradictoire. Il semble indispensable de mieux différencier dans la définition des stratégies d'attractivité, et dans les ressources territoriales à valoriser, ce qui résulte de l'attrait, de ce qui résulte de l'attraction.
- 39 Les résultats de nos enquêtes montrent également clairement que les stratégies d'attractivité mises en place (même celles qui se limitent essentiellement à retrouver une adéquation entre l'offre locale et les besoins des citoyens et des entreprises) doivent tenir compte de la pluralité des comportements individuels, de la mobilité et du fait que le territoire dans lequel elles s'inscrivent comptent autant, voire plus, que le lieu lui-même (la petite ville dans ses limites communales voire intercommunales).
- 40 Enfin l'approche plus qualitative de l'attractivité, privilégiant donc la dimension de l'attrait doit permettre aux petites villes de s'inscrire dans une stratégie de différenciation des ressources valorisées par rapport aux autres niveaux de la hiérarchie urbaine (villes moyennes, métropoles), aux territoires ruraux et même entre petites villes.

BIBLIOGRAPHIE

- ABELLA M. (2006), "Global competition for skilled workers and consequences", in KUPSCH C., PANG E.F. (eds.), *Competing for Global Talent*, International Institute for Labour Studies, ILO, Genève, pp. 11-32.
- ALEXANDRE H., CUSIN F. & JUILLARD C. (2010), *L'attractivité résidentielle des agglomérations françaises*, Fondation Dauphine, Université de Paris, Crédit Foncier, 53 p.
- BAVOUX J.-J., CHAPELON L. (2014), *Dictionnaire d'analyse spatiale*, Paris, Armand Colin.
- BEAUCIRE F. et al. (2016), « Un déclin en trompe l'œil ? », *Revue urbanisme*, 403, pp. 30-33.
- BOULANGER P.M. (2004), *Les indicateurs de développement durable : un défi scientifique, un enjeu démocratique*, Les séminaires de l'Iddri n° 12 (conférence), 24 p.
- CAILLY L. (2008), « Existe-t-il un mode d'habiter spécifiquement périurbain ? », *EspacesTemps*, Textuel, <http://espacestemps.net/document5093.html>.

- CHAZE M. (2017), *L'attractivité territoriale : éléments de définition*, Focus PSDR4, 7 p.
- COFFEY W.J., BAILLY A.S. (1996), "Economic restructuring : a conceptual framework", in BAILLY A., LEVER W. (eds.), *The spatial impact of economic changes in Europe*, Avebury, Adershot, pp. 167-185.
- CLARK T.N. (2003), *The city as an entertainment machine*, San Diego (CA), Elsevier, 292 p.
- 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*, 4, 205, Presses universitaires de Rennes, pp. 67-80, <Halshs-00265318>.
- EDOUARD J.C. (2017), « Les petites villes du Massif central : ces villes que l'on dit plus fragiles ? », *Espaces fragiles – Construction scientifique, dynamiques territoriales et action publique*, Presses Universitaires Blaise Pascal, *Territoires* 1, pp 141-163.
- EDOUARD J.C. (2016), « Les petites villes auvergnates tirent leur épingle du jeu », *Revue urbanisme*, 403, pp. 34-37.
- EDOUARD J.C. (2014), « L'action publique dans les petites villes françaises, mimétisme ou innovation ? », *Métropolitique*, 7/03/2014, <http://www.metropolitiques.eu/L-action-publique-dans-les-petites.html>.
- EDOUARD J.C. (2012), « La place de la petite ville dans la recherche géographique en France : de la simple monographie au territoire témoin », *Annales de Géographie*, 683, janvier, pp. 25-42.
- 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.
- FOTHERGILL S., GUDGIN G. (1982), *Unequal growth : urban and regional employment change in Britain*, Heinemann, London, 210 p.
- HANSEN H.K., NIEDOMYSŁ T. (2009), "Migration of the creative class : evidence from Sweden", *Journal of Economic Geography* 9, 2, pp. 191-206.
- HARVEY D. (1989), "From managerialism to entrepreneurialism : the transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler B*, 71, pp. 13-17.
- HATEM F. (2004), *Investissement international et politiques d'attractivité*, Paris, Economica, 80 p.
- 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>.
- KWIATEK-SOLTYS A., MAINET H., WIEDERMANN K. & EDOUARD J.C. (eds.) (2014), *Small and Medium Towns' Attractiveness at the Beginning of the 21st Century*, PUBP, collection CERAMAC 33, 332 p.
- KWIATEK-SOLTYS A., MAINET H. (2014), "Quality of life and attractiveness issues in small towns. Elements of comparison in France and Poland", *Quaestiones Geographicae*, 2, 33, Poznan University, Poland, pp. 103-113.
- LE ROY A., OTTAVIANI F. (2011), « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser l'attractivité territoriale ? », Colloque interdisciplinaire Aménagement – Economie – Droit – Géographie – Sociologie – Statistiques, *Territoires, emploi et politiques publiques*, Université de Metz, juin 2011, Metz, France, <Halshs-00634181>.

LÉVESQUE M., JEAN B. & WHITE D. (2002), Les conceptions du développement social : Le point de vue des acteurs, Rapport de recherche déposé au FQRSC, janvier, 190 p., <http://www.fqrsq.gouv.qc.ca/recherche/pdf/rapconception.pdf>.

MAINET H., EDOUARD J.-C., (2014), "Indicators of small towns' attractiveness : issues of definition, criteria, based on French cases", in KWIATEK-SOLTY A., MAINET H., WIEDERMANN K. & EDOUARD J.C. (eds.), *Small and Medium Towns' Attractiveness at the Beginning of the 21st Century*, CERAMAC 33, PUBP, pp. 13-27.

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.

MORICONI-EBRART F. (2003), « Attraction », in LÉVY J., LUSSAULT M., *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris.

MULKAY B. (2006), *La compétitivité d'un territoire*, Colloque du CRIES, 9 et 10 octobre.

MUSSON A. (2010), « Revue de littérature sur les indicateurs d'attractivité et de développement durable : vers un indicateur d'attractivité durable », *Géographie, économie, société*, 12, pp. 181-223.

OLSZAK E. (2010), « Développement durable et attractivité des territoires dans l'Union Européenne, opposition ou convergence ? », *Géographie, économie, société*, 12, pp. 279-305.

POIROT J., GERARDIN H. (2010), « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », *Mondes en développement*, 149, pp. 27-41.

PORTNEY K.E. (2003), *Taking sustainable cities seriously. Economic Development, the Environment, and quality of life in American cities*, Cambridge, MA, MIT Press, 300 p.

PUMAIN D. (2017), « Attraction, attractivité », *Hypergeo* [en ligne], consulté le 02/08/2017, <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article39>.

RIEUTORT L., ANGEON V. (2007), « L'attractivité territoriale en questions », in CHIGNIER-RIBOULON F., SEMMOUD N. (éd.), *Nouvelle attractivité des territoires et engagement des acteurs*, PUBP, Clermont-Ferrand, CERAMAC.

ROGERSON R.J. (1999), "Quality of life and city competitiveness", *Urban studies*, 36, 5-6, pp. 969-985.

SENECAL G., COLLIN J.P., HAMEL P.J. & HUOT S. (2008), « Aspects et mesure de la qualité de vie : évolution et renouvellement des tableaux de bord métropolitains », *Revue Interventions économiques*, [En ligne], 37 | 2008, mis en ligne le 1/02/2008, <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/474>.

STIGLITZ J., SEN A. & FITOUSSI J.P. (2009), *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, Commission Européenne, 292 p.

STORPER M., SCOOT A.J. (2009), "Rethinking human capital, creativity and urban growth", *Journal of Economic Geography*, 9, 2, pp. 147-167.

NOTES

1. HATEM F., 2004 ; POIROT J. et GIRARDIN H., 2010.

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

Programme PSDR 4 (2015-2020) Auvergne-Rhône-Alpes, intitulé « AttractInnov » : « pour une approche innovante de l'Attractivité ».

3. 8 entretiens auprès d'élus locaux (municipaux, communautaires), 10 auprès de techniciens (agents de développement, chargés de mission), 7 auprès de chefs d'entreprises (PME, commerçants), 8 auprès de responsables d'organismes publics (office de tourisme, antenne universitaire, pôle de compétitivité) et enfin 3 responsables associatifs.

4. Saint-Flour, Yssingeaux, Brioude, Ambert, Issoire, Vic-le-Comte, Billom, Cournon-d'Auvergne, Thiers, Lapalisse, Saint-Pourçain-sur-Sioule, Commentry.

5. PSDR 4 Auvergne-Rhône-Alpes, 2015-2020. Entretiens auprès d'une trentaine d'acteurs locaux : élus, chargé de mission, responsables d'associations, entrepreneurs.

RÉSUMÉS

Les petites villes, comme pôles de centralité, connaissent souvent un déficit d'attractivité. Ceci explique notamment que ce concept soit devenu l'un des thèmes centraux de leurs politiques locales. Jusqu'alors, l'analyse de l'attractivité des territoires s'appuyait, surtout, sur une définition qui partait de l'objet attiré (différents types de population, différents types d'activités) et privilégiait les indicateurs économiques. 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, en particulier ceux des petites villes 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.

Small towns, considered as poles of urban centrality, are facing a decline of their attractiveness. This explains why the concept of attractiveness has become one of the main topics of their local policies. Until recently, place attractiveness was based mainly on the analysis of attracted objects (such as different kinds of inhabitants or of activities) and on economic indicators. This dominant conception seems incomplete to define public policies as it does not really take into account important issues (quality of life, sustainable development, etc.) that must be considered, especially by small towns' stakeholders willing to develop residential economy. It is necessary to elaborate a broader qualitative conception of attractiveness, including individual and collective representations for policy purposes.

INDEX

Mots-clés : France, attractivité, région, positionnement stratégique, petites villes

Keywords : France, attractivity, region, strategic positioning, small cities

AUTEUR

JEAN-CHARLES EDOUARD

Université Clermont Auvergne, AgroParisTech, INRA, IRSTEA, VetAgro Sup, Territoires,
Clermont-Ferrand, France, j-charles.edouard@uca.fr