

# 1<sup>ere</sup> RENCONTRE SUR L'ATTRACTIVITE ET LA COMPETIVITE DES TERRITOIRES

« RIACT 2021 »

IGTU, UC3

## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Les travaux présentés dans le cadre de cet événement ont montré que l'attractivité est une notion complexe, subjective et à multi-facettes variant selon les aspirations de ses cibles.

Pour ce qui est de l'attractivité territoriale, celle-ci est un champ multidimensionnel se trouvant à « l'intersection » de la notion de compétitivité et celle de marketing territorial.

Ce dernier s'installe et joue un rôle primordial dans le développement des territoires en accompagnant les facteurs de l'attractivité. Il améliore la qualité et la compétitivité de la ville dans son environnement concurrentiel et dans son processus de métropolisation.

Les interventions affirment qu'un territoire attractif est synonyme d'infrastructures et de réseaux sophistiqués, de recherche et d'innovation, de cadre de vie de qualité, de services aux entreprises, d'une base économique spécialisée, et d'une bonne gouvernance.

Le modèle de ville attractive propose à l'ensemble des acteurs de restructurer leur espace urbain et aux collectivités locales d'utiliser leurs prérogatives de puissance publique locale pour créer une ville compétitive, durable et accessible à tous.

## LA SYNTHÈSE DES DIFFÉRENTES INTERVENTIONS PAR AXE

se présente comme suit :

### Axe : 1 : Indicateurs d'attraction d'un territoire

- Mettre en exergue les facteurs d'attractivité de la ville afin de renforcer sa visibilité et sa compétitivité par rapport aux autres villes du même rang.
- Penser la ville attractive à partir des espaces de consommation et leur capacité à attirer les flux et les capitaux vers un territoire.
- Mesurer l'attractivité d'une ville, en évaluant sa sphère d'influence, sa capacité à générer du mouvement, à attirer à soi durablement et aussi à faire parler d'elle.
- Recourir à l'approche de « *best practice cases* » par l'analyse des bonnes pratiques ainsi que les politiques les plus efficaces pour renforcer l'attractivité territoriale en explorant l'apport du paysage dans le but d'assurer un développement social et économique local pérenne.
- Recourir à l'« Analyse-diagnostic », comme démarche de marketing stratégique permettant d'identifier les opportunités du territoire, et déterminer ses avantages concurrentiels.
- Vérifier la fiabilité d'un indicateur utilisé pour mesurer l'attractivité des territoires et des villes : *nombre des cadres des fonctions métropolitaines (CFM)*
- Définir les éléments constitutifs de l'attractivité d'une ville.

**DANS CET AXE PLUSIEURS INTERVENTIONS** ont mis l'accent sur :

**L'Attractivité touristique par la revalorisation du patrimoine et la mise en valeur de l'éco-tourisme.**

- Le patrimoine culturel présente à lui seul un enjeu majeur d'attractivité touristique et de visibilité territoriale. Assurer cette attractivité revient à prendre soin de la diversité de l'avantage comparatif : attributs naturels, culturels et humains le composant , et assurer l'avantage compétitif : attributs liés à l'offre touristique secondaire : la qualité des services touristiques, et la gestion gouvernementale.
- L'événementiel constitue une vraie opportunité pour une mise en valeur du patrimoine historique et par là même une occasion de renforcer son attractivité sauf que pour certains, les effets des événements culturels sur l'attractivité de ces historiques sont plutôt éphémères.
- proposer une série d'indicateurs permettant l'évaluation des potentialités patrimoniales et des actions de leur valorisation. Ces indicateurs doivent être un ensemble ciblé et structuré d'informations qui rentrent dans l'élaboration du diagnostic territorial.
- Projeter une vision de développement volontariste d'un tourisme de qualité, en marquant un saut qualitatif pour un tourisme durable, particulièrement, le sud Algérien possédant des atouts naturels et constituant un véritable levier d'attractivité et un moteur pour l'économie du territoire.

**Axe 2 : Nouvelles formes de compétitivité**

Dans cet axe, le consensus est établi autour de la compétitivité comme enjeu majeur pour les entreprises et les territoires et des exemples des fondamentaux sur lesquelles se construisent les stratégies d'attractivité d'un territoire aspirant à devenir compétitif.

La composante du capital compétitif d'une ville réside dans : la qualité du cadre de vie, l'environnement socioculturel, l'environnement économique, la recherche- développement et notamment la gouvernance.

D'un autre côté, le cluster de compétitivité pour un écosystème d'innovation constitue un modèle prometteur mais témoignant de quelques limites. Il faut admettre que le système d'innovation est un outil de développement économique posant le problème de la volonté des acteurs pour créer une synergie innovation-collaboration- forcer cette dernière par les autorités peut inévitablement faire avorter la démarche toute entière eux.

**LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES POLES DE COMPETITIVITE EN ALGERIE** se traduit par :

- Le développement des pôles touristiques (PQT) en créant une diversification spatiotemporelle des projets touristiques, qui permettrait d'améliorer les capacités et les conditions d'accueil et par voie de conséquences d'améliorer l'attractivité.
- la promotion et l'accueil des investissements, certifie un caractère multidimensionnel dans lequel la constitution de pôles de Compétitivité occupe une place de choix.

- Contribution de la création d'un écosystème créatif et impulser une dynamique d'innovation territoriale.

### **Axe 03 : Retour d'expérience dans le domaine de marketing territorial et d'image de marque**

Pour l'axe 03, nous avons relevé les cibles du marketing territorial qui devront être réfléchis en amont. Il peut s'agir d'investisseurs, de touristes, d'entreprises et même d'habitants (considérés comme de véritables ambassadeurs et vecteurs de communication). Les points soulevés se rapportent à :

- L'Importance des NTIC, dans le processus de marketing de la ville et de sa commercialisation, en termes de soutien et de développement du tourisme.
- le redéveloppement des valeurs de la ville saharienne par la construction d'image d'une destination touristique basée sur ses activités de promotion et ses paysages visibles.

### **LES EXPERIENCES MENEES SE FOCALISENT sur :**

#### **1- L'étude de l'Oncopole de Toulouse :**

Il s'agit d'un Cluster de système d'innovation où a été effectuée l'analyse des acteurs des différents mouvements du processus ; et la description de l'ensemble des activités : publiques, privées, recherche, industrie, etc.

#### **2- La ville marocaine et l'ère des villes intelligentes**

Ici il a été important de vérifier si la ville marocaine est actuellement « éligible » à s'inscrire dans l'ère des villes intelligentes en concurrençant les grandes villes du monde. Pour cela, il a été question de définir les mesures prises dans le domaine de la gestion et de la réhabilitation de la ville et leurs cohérences avec la réalité urbaine et sociale à travers deux dimensions:

1. La première dimension est liée au diagnostic du phénomène d'urbanisation et des différenciations qu'il a engendrées, tant au niveau spatial que social;
2. La deuxième dimension montre l'échec des mesures de reconstruction actuelles pour atteindre le développement urbain souhaité. Elle montre aussi comment la ville intelligente peut devenir un moyen et une locomotive pour atteindre les objectifs de développement durable.

#### **3- Exemples d'Algérie**

##### **a- L'aménagement et le développement de la wilaya de Touggourt**

L'étude s'inscrit dans les enjeux du SNAT notamment l'option portant sur le développement des wilayas des hauts plateaux par la mise d'un programme d'aménagement et des actions capables de revaloriser l'attractivité de la wilaya de Touggourt.

Ce dernier doit s'organiser autour des pôles d'attractivité mettant l'accent sur les spécificités locales et pouvant permettre à la wilaya de dégager son champ d'attractivité par rapport à un environnement limitrophe compétitif.

##### **b- Exemple d'Alger**

Tentant de se positionner parmi les villes méditerranéennes et mondiales, à travers une nouvelle stratégie de métropolisation lancée dans le cadre du PDAU 2015. L'analyse de la dualité entre attractivité voulue et croissance urbaine conséquente (Cas d'Alger) par des techniques d'analyse urbaine fondées sur le GIS .

**c- Les nouvelles politiques publiques d'attraction territoriale en Algérie**

C'est la remise en cause de la nouvelle politique publique d'attraction territoriale en Algérie en la situant dans son contexte institutionnel et économique.

**d-** La HQU de Constantine, métropole, du fait que, l'un des principaux fondements nécessaires à l'édification de Constantine, métropole est de concilier entre esthétique urbaine, bien être des habitants, et préservation des ressources urbaines.

**e- Zones transfrontalières**

A travers l'Expérience Algérienne des circonscriptions administratives et leur rôle dans la compétitivité régionale en s'appuyant sur l'évolution historique de ces dernières, les normes adoptées et les effets socioéconomiques qui en résultent.

**f- Projet de la route transsaharienne** comme projet partagé entre six pays, ayant pour ambition de dynamiser le développement du continent Africain. Où on a mis la lumière sur les actualités de ce grand projet déterminant pour l'Algérie, sur les enjeux qui entourent sa réalisation et sur les pertinences des stratégies d'attractivité et de compétitivité.

**Axe 04 : Transport, mobilité et territoires**

**1- Enjeux des modes de transports pour la ville de demain**

Cela s'est traduit par l'établissement d'un comparatif entre les différents modes de transport des pays du nord et du Sud (Monpellier et Dakar) en mettant l'accent sur la flexibilité, la marchabilité et la connectivité

**2- Le rôle du transport et trafic dans le développement urbain durable en :**

- Développant le réseau de transport urbain et durable afin d'attirer les investissements locaux et étrangers et divers projets pour la ville.
- Repensant la forme de coexistence public/privé et réformant les modes de gouvernance dans le secteur des transports urbain dans la ville algérienne.
- Etudiant les déplacements domicile/travail générés par les pôles d'attraction économiques dans certaines villes algériennes.
- Assurant un équilibre en offre de services entre centre et périphéries ; Testant l'adaptabilité du concept de polarisation des entrées de ville et son impact sur la mobilité

**3- Pour les centres historiques**

Ils sont confrontés à des difficultés croissantes d'accessibilité, de déplacements et de stationnement qui menacent la sécurité des usagers ainsi que la qualité de vie et de l'environnement et participent à la dégradation de son image, causant ainsi un manque d'attractivité. Il est inéluctable de mettre en place une politique globale de mobilité afin de satisfaire différentes demandes de déplacements dans ces centres tout en assurant leur attractivité économique et touristique dans le cadre de la durabilité.

Comme modèle de déplacement durable, la notion de « **marchabilité** » a été proposée comme forme de reconquête de l'image des centres historiques; une promotion de la convivialité, de la sociabilité et de l'attractivité urbaine.

### **Axe 05 : Gouvernance et développement des territoires**

Dans cet axe, la gouvernance apparaît comme un nouveau concept très futuriste, la gouvernance sanitaire comme exemple vise à assurer une coordination entre les acteurs de la santé publique par l'implication, la concertation, l'anticipation et la communication dans les différentes décisions sanitaires. Cette forme de gouvernance tente d'équilibrer entre la centralisation et la décentralisation par l'autonomie des acteurs, la proximité institutionnelle, et les décisions décentralisées.

Pour appréhender la dynamique d'une gouvernance territoriale du développement durable, la multiplicité des niveaux d'acteurs conduit à envisager un système multi-agents particulier.

### **Des nouvelles réformes dans les systèmes décisionnels Algériens**

- La compétitivité et l'attractivité de l'université par l'impulsion d'une dynamique territoriale à travers sa performance et son efficacité ;
- l'attractivité de l'investissement direct étranger (IDE) est devenue une préoccupation centrale aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement. C'est pourquoi, l'étude de l'attractivité de l'Algérie aux IDE s'avère indispensable.
- le programme CAPDEL lancé le 16 janvier 2017 à Alger pour améliorer le service public et l'évolution des pratiques de l'état vers plus d'échange et de consultation. L'objectif vise à renouveler le rapport entre le pouvoir politique, les collectivités locales et les citoyens.

## RECOMMANDATIONS

Etablir une relation entre l'attractivité territoriale et le modèle économique de développement. En effet, l'attractivité des territoires est inséparable des moyens et mécanismes de développement et de choix d'investissement en vue d'assurer une efficacité territoriale. Elle est donc un élément clé de la politique économique qui exige un processus consensuel regroupant des opérateurs économiques, des politiques, des chercheurs et la société civile.

Ce faisant les mécanismes préconisés consistent en :

- la proposition d'un tableau de bord comme outil d'aide à la décision, comportant une batterie d'indicateurs qui permettent d'élaborer une sorte de benchmarking entre plusieurs sites urbains potentiellement, aptes à devenir des pôles d'attraction pour mettre en place une économie de la connaissance . l'Application d la méthode d'évaluation de l'attractivité d'un lieu par rapport à une autre inspirée de la théorie de l'utilité multi-attributs.
- La promotion des pôles de compétitivité créés, pour améliorer les capacités et les conditions d'accueil des villes Algériennes et par voie de conséquences améliorer leur attractivité.
- La mise en place du Cluster en Algérie dans le cadre d'un projet Créatif méditerranéen. Le développement d'un cluster de système d'innovation demande deux options : le marketing territorial (espace pour stimuler les échanges) et la production d'un charisme géographique (support d'attractivité)
- La définition des facteurs clés déterminants des investissements étrangers en Afrique et dans le bassin méditerranéen.
- La promotion de la Compétitivité par le tertiaire, qui constitue un facteur de décollage économique des villes. Sachant qu'au tertiaire comme moteur d'activité, s'ajoute l'industrie qui crée aussi de la richesse
- La préservation de la compétitivité des entreprises en mettant en place une vigilance stratégique pour le suivi et le contrôle des menaces directes et indirectes et transformer les faiblesses en opportunités réelles.
- La promotion des nouvelles réformes dans les systèmes décisionnels Algériens
- La promotion des initiatives locales sociales et solidaires par l'accompagnement des acteurs locaux et des porteurs de projets par la formation et le financement d'activités.
- La conservation des biens patrimoniaux ne doit pas se limiter à leur préservation , mais doit encourager les acteurs à les inscrire dans une stratégie de développement de leur ville.

## ANNEXES

L'importance de la thématique traitée portant sur l'attractivité et la compétitivité des territoires , a suscité l'intérêt d'un large public :

- Représentants des institutions compétentes,
- Professionnels,
- Enseignants-chercheurs
- et doctorants de plusieurs universités.

Parmi les 150 propositions soumises à évaluation, plus de 80 ont été retenues. Traitant de près les différents axes de l'évènement, les contributions VARIENT entre communications orales (46) et posters (39). Cependant, compte tenu de la pandémie, et pour s'aligner au protocole sanitaire tant national qu'international, l'évènement se déroule en mode hybride : présentiel et à distance.

Les détails sont résumés dans le tableau suivant :

Communication s	Institutions /Universités		Nombre de communicati ons	Nombre de communication par mode de présentation	
				Présentiel	Distanciel
Plénière 1	- ANAAT - CENAEPED - Agence d'Urbanisme et d'Architecture. - Université Paris Est Créteil - Ecole des Ponts Paris Tech		<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Plénière 2	- Université Sidi Mohamed BENABDELLAH, Fès. - Université Paul Valéry, Montpellier 3.		<b>2</b>	/	<b>2</b>
Axe 1(Atelier1)	17 Universités	- <b>OEB</b> - <b>UC3</b> - <b>M'Sila</b> - <b>EPAU</b> - <b>Béjaia</b> - <b>Tlemcen</b> - <b>Guelma</b> - <b>Bechar</b> - <b>UC1</b> - <b>Annaba</b> - <b>Sétif1</b> - <b>USTHB</b> - <b>Sidi Belabbès</b> - <b>Blida 1</b> - <b>Tebessa</b> - <b>Montpellier</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>9</b>
Axe 2(Atelier2)			<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Axe 3(Atelier3)			<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
Axe 4(Atelier4)			<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
Axe 5(Atelier5)			<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Posters	09 Universités	- <b>UC3</b> - <b>EPAU</b>			

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Blida</b></li> <li>- <b>OEB</b></li> <li>- <b>Annaba</b></li> <li>- <b>Bechar</b></li> <li>- <b>Mostaganem</b></li> <li>- <b>Batna</b></li> <li>- <b>USTHB</b></li> </ul>	39	29	10
--	--	---	----	----	----