



Attractivité résidentielle : la nouvelle donne

La pandémie de Covid-19 a accéléré des tendances déjà à l'œuvre dans les mobilités : plus d'espace, plus d'accès à la nature. Elle a aussi modifié les rapports au travail. Il n'est plus la priorité, encore moins chez des jeunes hyperconnectés et en quête de sens. Ces changements sociétaux ont un impact sur les stratégies d'attractivité résidentielle. Les territoires doivent désormais proposer des alternatives basées sur un « *nouvel art de vivre* », cher au sociologue Jean Viard.

PAR BRUNO WALTER

LIONEL FLASSEUR EN MISSION POUR ONE PROVENCE

Ancien chef d'orchestre d'OnlyLyon (2011-2017), administrateur d'Essentiem et d'Handicap International, Lionel Flasseur devient, pour six mois, directeur général de One Provence, l'agence d'attractivité d'Aix Marseille Provence. Il tâchera d'y enclencher une dynamique d'unité en matière de marketing territorial.

L'exode urbain n'a pas eu lieu, les « Parisiens » à fort pouvoir d'achat n'ont pas tous abandonné leur 7^e arrondissement pour télétravailler depuis une longère avec vue sur l'Atlantique. « Pendant la pandémie, des images fortes ont frappé l'imaginaire et le terme d'exode a été exagéré, souligne Vincent Gollain, directeur du département Économie à l'Institut Paris-Région, fin connaisseur des tendances de l'attractivité territoriale. Il ne faut pas oublier que l'attractivité est un marché qui fait vivre du monde... Pour le nourrir, il fallait un bon storytelling et la petite musique sur l'exode urbain a pris, donnant le sentiment que le phénomène était énorme. » Dans la réalité, deux ans après les confinements, la grenouille n'est pas devenue aussi grosse que le boeuf. Cela étant, poursuit le spécialiste, il y a tout de même du changement, des tendances qui s'amplifient... et donc des stratégies d'attractivité résidentielle à repenser et à adapter au monde post-pandémie, avec une idée générique, celle d'une « attractivité raisonnée » basée sur « une croissance qui respecte des équilibres précaires en termes de marché immobilier », poursuit-il.

La crise sanitaire a révélé un nouveau rapport au travail — qui trouve une réplique dans la forte contestation de la réforme des retraites observée en février et en mars. Selon une étude de la Fondation Jean-Jaurès, publiée l'an dernier, le travail est « très important » pour seulement 24 % des Français. En 1990,



VILLE DE XERTIGNY

Fin 2022, Nouvelles Marges accompagnait la Ville de Xertigny dans la définition de l'offre de tiers-lieu.

il l'était pour 60 % d'entre eux. Même si « la grande démission » ne s'est pas plus produite que l'exode urbain, l'ensemble des études vont dans le sens d'une recherche, d'abord, de bien-être, dans sa ville, son village, son travail. Ce que le sociologue Jean Viard résume sous la proposition d'un « nouvel art de vivre ».

Ces tendances modifient la carte et le territoire, mais à bas bruit. « Les grandes métropoles restent attractives, avec un desserrement de la ville-centre vers les deuxième et troisième couronnes et une attirance pour les villes moyennes », résume Vincent Gollain.

PMF 2023 : l'impact et l'évaluation des démarches d'attractivité scrutés les 12 et 13 avril à Toulouse



C'est le Centre de congrès Pierre Baudis, à Toulouse, qui accueillera, les 12 et 13 avril, la 10^e édition du Place Marketing Forum, organisé par la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial hébergée à l'Institut de management public et gouvernance territoriale (IMPGT) d'Aix-Marseille Université. Le fil conducteur de ce millésime 2023 : les notions d'impacts (environnementaux, économiques, sociétaux, etc.) et d'évaluation des démarches d'attractivité. Trois think tanks organisés en collaboration avec les territoires fondateurs et partenaires de la Chaire compléteront le programme, avec un focus particulier sur la santé et le bien-être, la gouvernance et les partenariats des démarches d'attractivité,

ainsi que les enjeux et perspectives de coopération entre les territoires des aires métropolitaines. L'événement, qui rassemble chaque année plus de 300 décideurs-managers, élus et professionnels passionnés d'attractivité est aussi, accessible à distance. Programme et inscriptions sur www.placemarketingforum.com. A. G.



D.R.

JEAN-PIERRE PAPIN
Directeur associé de Nouvelles Marges

“ Pour ouvrir un tiers-lieu, nous partons des besoins de l'écosystème local »

Ce qui ne va pas sans ouvrir des perspectives ni sans poser de difficultés. « *La déstabilisation du marché immobilier, avec l'éviction des populations "historiques" provoque de très vifs débats* ». C'est notamment le risque pour les villes moyennes, avec un marché immobilier intermédiaire. « *Ces territoires doivent être sélectifs sur l'attractivité et choisir leurs cibles* », conseille-t-il. En revanche, les villes en difficulté, avec des prix de l'immobilier très accessibles, « *peuvent y aller tous azimuts, tant que leur démarche est construite avec les acteurs locaux* ».

Hospitalité

Un point commun : les territoires doivent tous travailler leur hospitalité, autrement dit offrir des services aux nouveaux habitants comme aux populations déjà installées, en lien avec ces nouvelles aspirations. Qui aurait pensé que des tiers-lieux, symboles d'une certaine modernité urbaine, avec leurs espaces de coworking, investiraient les petites villes voire les villages ? « *Il y a eu un gros mouvement d'ouverture de ces espaces dans les métropoles mais aujourd'hui, nous en développons dans des villes plus petites, car ils remettent de la sociabilité là où elle pouvait avoir disparu* », explique Jean-Pierre Papin, directeur associé du cabinet Nouvelles Marges, spécialisé en stratégie de territoire. Il a par exemple accompagné des territoires comme Villeneuve-la-Comptal, non loin de Castelnaudary, Nérondes, la plus petite intercommunalité du Cher, ou encore Saint-Pierre-en-Auge, dans le Calvados. « *Pour ouvrir un tiers-lieu, nous partons des manques et des besoins des territoires, de l'écosystème local. Ce sont des espaces où l'on doit pouvoir télétravailler, se restaurer, se cultiver...* »

À l'autre bout du spectre des actifs, la crise sanitaire a aussi mis au jour l'importance des salariés invisibilisés, qui n'entraient pas généralement dans les radars

L'attractivité résidentielle à l'heure du télétravail

Pour attirer les télétravailleurs, encore faut-il les connaître de manière à mieux les cibler. C'est ce que qu'a fait Vincent Gollain dans un numéro récent des *Cahiers de l'institut Paris Région*. Il a déterminé quatre grands profils de télétravailleurs, leurs principaux critères de décisions et les exemples d'actions à mettre en place dans les territoires. Premier profil : les actifs salariés intéressés par le périurbain. Eux cherchent un cadre de vie mais sans rompre avec la métropole où ils doivent pouvoir se rendre rapidement. Deuxième catégorie, les actifs salariés ou à la recherche d'un emploi, désireux de travailler à moyenne voire longue distance. Eux sont plus dans une démarche de rupture car ils privilégient la qualité de vie, quitte à s'éloigner des bassins d'emploi. L'essentiel pour eux : une gare à proximité. Troisième catégorie, les « *indépendants nomades* ». Leur nombre est en hausse, notamment dans les métiers du numérique. Eux choisissent avant tout des lieux agréables, souvent touristiques, qui doivent leur offrir haut-débit, tiers-lieux voire espace de coliving. Enfin, les préretraités, pour lesquels le télétravail offre la possibilité d'accélérer un processus déjà engagé d'installation dans une région autre que la leur, ou dans la transformation d'une résidence secondaire. B. W.

du marketing de l'attractivité : ceux que le philosophe Denis Maillard nomme les travailleurs du « back-office » et d'autres les « travailleurs essentiels » : caristes, manoeuvres, caissières, infirmières... En Île-de-France, ils représentent un tiers des salariés. Ils ne peuvent pas télétravailler, ont plus que d'autres des horaires atypiques, et des revenus moindres, qui les excluent de la proximité avec leur lieu de travail. « *Le développement d'une offre de logements accessibles à ces travailleurs est devenue, aussi, un enjeu d'attractivité* » reconnaît Vincent Gollain. Le cabinet Nouvelles Marges a accompagné des projets en ce sens, destinés à redensifier des espaces périurbains. « *L'enjeu est de proposer des petits collectifs, qui offrent toutes les fonctionnalités d'une maison avec des services mutualisés,*



D.R.

PAUL-VINCENT MARCHAND
Directeur d'Attitude Manche

“ La Covid et le dérèglement climatique nous ont rendu désirables »