**MARGOT:Boite à outil:ÉCRIRE UN COURRIER:LogoCUF Carre[3].pdfAction internationale et attractivité du territoire : quelle réciprocité ?**

1. **Un contexte sous contraintes et en profonde mutation**

**Des enjeux mondiaux et une réorganisation de la gouvernance mondiale**

L’urbanisation, le réchauffement climatique ou les migrations sont devenus des problématiques planétaires et des facteurs de collaboration entre territoires. La gestion de ces faits requiert un projet de développement intégral, harmonieux et contraignant.

Ces phénomènes globaux sont accompagnés d’une recomposition de la gouvernance mondiale, notamment à travers l’affirmation du rôle des collectivités territoriales dans le système monde. Ceci se manifeste à la fois à travers des réseaux de villes qui appuient la coopération, et à la fois à travers l’intensification de la concurrence entre les territoires.

**En France, des collectivités plus autonomes face à l’émergence d’une nouvelle gouvernance locale**

La décentralisation menée depuis une trentaine d’années et les récentes réformes territoriales confèrent plus de pouvoirs aux collectivités qui sont dorénavant des échelons opérationnels et des relais actifs de l’action internationale.

Cette autonomisation est suivie de l’émergence d’une nouvelle gouvernance locale. Les acteurs privés locaux souhaitent que les collectivités soient des animateurs de réseaux et des promoteurs du territoire. La place du citoyen évolue, il interpelle pour plus de démocratie indirecte et de reconnaissance de la société civile organisée. Ces mutations ont lieu dans un contexte difficile pour les collectivités, soumises à des restrictions budgétaires et des réformes, qui peut néanmoins être source de collaborations innovantes entre ces acteurs.

1. **L’AICT : un projet de territoire ouvert sur l’international**

**L’AICT en manque de légitimité**

Malgré la coopération décentralisée, politique d’échanges d’expériences transnationales et de création de réseaux, l’AICT est souvent considérée comme une politique couteuse, sans retour sur le territoire et peu reliée aux politiques locales. A l’heure de la crise économique, elle est parfois difficile à justifier.

Mais l’AICT, qui peut s’exercer à travers le simple octroi de subventions, peut également se manifester à travers une stratégie de gouvernance territoriale qui fédère les acteurs autour d’un projet de développement en accord avec le local et, ainsi, se révéler être profitable au territoire.

**Le local mondialisé : un nouvel enjeu pour les collectivités territoriales**

L’internationalisation des collectivités est d’ores et déjà un fait : diasporas, entreprises, tourisme, mobilité des jeunes, associations, réseaux mondiaux etc. Tout ces flux structurent et construisent le territoire. Comment les accompagner et les transformer en outils pertinents pour construire un développement durable du territoire et assurer son insertion harmonieuse dans la mondialisation ?

En conséquences, les contours de l’AICT évoluent. En accord avec les nouvelles pratiques de gouvernance, cette politique s’adresse de plus en plus aux citoyens et au secteur privé. Du fait de la concurrence accrue entre les territoires, l’AICT intègre désormais des dimensions économiques stratégiques. Néanmoins, elle ne s’y réduit pas et d’autres impacts qui répondent aux caractéristiques du territoire sont attendus.

1. **L’attractivité du territoire : une réflexion sur l’identité du territoire et sa place dans le monde**

**L’enjeu de la visibilité à l’internationale**

L’attractivité est entendue au sens de faire venir, rayonner et promouvoir. Le caractère du territoire devient un emblème identifiable à l’international qui permet de se démarquer de la concurrence. Le marketing territorial n’est pas une vision marchande du territoire mais simplement l’expression des techniques qui permettent de construire et de développer son attractivité.

**Un projet de développement transversal et innovant**

Bien que la tendance soit à la spécialisation des territoires en réponse à la concurrence, l’attractivité s’élabore sur un large projet de développement fondé sur une dynamique collective, sur la synergie des acteurs et du vivre ensemble. Elle dépend des représentations qu’ont les autres acteurs du territoire, la garantie d’une qualité de vie – environnement d’affaire, culture, cadre de vie, environnement naturel etc. - est donc essentielle. Pour cela, l’attractivité repose sur un projet de développement transversal. Avec l’émergence du marketing territorial, les collectivités innovent et transforment les pratiques de simple communication en une stratégie qui rassemble.

Pour Joël Gayet, l’attractivité est source de cercle vertueux : retombées économiques, retombées sociales, amélioration de la qualité de vie, soutien à la culture, retombées techniques, innovation, savoir-faire. Il s’agit de « faire de l’appartenance à un territoire un avantage compétitif, une création de valeur pour le territoire et l’habitant et pour les entreprises, salariés et clients ».

1. **« « L’internationalisation est la construction identitaire et le rayonnement des territoires » Elise Garcia**

**L’AICT au service du soft power des collectivités territoriales**

L’AICT est un outil de projection extérieure des territoires français pour se faire entendre sur la scène internationale, elle participe donc fondamentalement à l’attractivité. La frontière entre représentation à l’internationale et attractivité territoriale est perméable. Ainsi, l’attractivité est l’alibi de l’action internationale pour contrecarrer sa principale critique : ne pas servir l’intérêt local.

**Un projet de développement cohérent avec l’identité du territoire : un enjeu pour l’internationalisation et l’attractivité des territoires**

Les deux politiques doivent être en harmonie avec le territoire, s’inscrire dans la réalité locale et se construire sur un bilan préalable. Elles appellent à travailler en transversalité, enjeu majeur pour les collectivités.

Elles peuvent se révéler être l’outil d’« humanisation de la mondialisation » des collectivités. Avec l’AICT, les collectivités endossent leur part de responsabilité dans les problématiques mondiales et agissent sur leurs impacts au niveau local, consolidant ainsi la résilience des territoires. C’est une stratégie pour se saisir de la mondialisation et l’adapter, pour affirmer son identité en véhiculant les valeurs fondatrices du territoire, participant ainsi à leur attractivité. Ces projets de développement fédèrent autour d’enjeux communs, participent à la construction d’un sentiment d’appartenance et valorisent l’image de la ville.

**L’émergence de nouveaux paradigmes**

Contrairement à la coopération décentralisée, appliquée dans des frontières administratives, l’attractivité territoriale ne se délimite pas par des critères politiques, administratifs ou économiques mais à la croisée de flux, de stratégies, de relations d’interdépendances. Les problématiques mondiales étendent les frontières classiques. Les collectivités entretiennent désormais des rapports entremêlés et interdépendants allant du local au global. Quelle est l’échelle pertinente pour aborder ces problématiques ?

Dans ce contexte l’AICT se transforme, s’imposant peu à peu comme une politique publique locale et transversale. La mondialisation est telle que l’accès à l’ouverture internationale est devenu un droit fondamental. Les collectivités se doivent de stimuler le concept de politiques publiques. Le service public évolue et monte en gamme : il devient dynamique et ouvert sur l’international.

1. **Le rôle de CUF**

**L’action internationale, un riche outil de développement territorial**

CUF défend le point de vue qu’il n’y a pas d’action internationale durable sans impacts positifs sur le territoire. Il ne doit pas y avoir de conflits entre solidarité internationale et développement territorial.

**Les atouts de CUF**

CUF centralise l’information française et étrangère. Le réseau se rapproche du think tank, en proposant des thèmes de recherche en fonction des besoins des collectivités, en analysant les pratiques, en identifiant les outils innovants et en créant des partenariats et des réseaux de recherche thématiques.

**Proposition d’animation autour de l’AT :**

* Faire de la veille et organiser un groupe de réflexion pour capitaliser les pratiques internationales de l’attractivité : constituer une base de données sur l’expertise en matière d’action extérieure contribuant à la compétitivité du territoire
* Sensibiliser les adhérents de CUF au rôle de l’international dans l’attractivité du territoire et accompagner sur ces sujets
* Mettre en place une démarche de benchmark, en partenariat avec la chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial, pour intégrer l’AICT aux outils de rayonnement et d’attractivité afin de la rendre mesurable et évaluable.
* Offrir des services et des réflexions pour permettre un diagnostic adapté à l’échelle du territoire concerné et des outils et méthodes à développer en fonction des besoins et de la stratégie internationale.
* Construire un baromètre de la coopération