



Comment prendre le contrôle d'une dynamique de territoire à l'international ?

Charlotte Rieuf
Marion Maurel
Mariame Labidi
Gabriel Fradin-Voisin

CONSTAT

Les collectivités territoriales ne constituent pas forcément les têtes de proues spontanément identifiées par les citoyens ou acteurs locaux pour engager des actions à l'international. Elles ont d'abord vocation à s'occuper du territoire ici !

Que signifie stratégie à l'international pour une collectivité territoriale française aujourd'hui ? Avec qui cette stratégie peut-elle être déterminée et déployée ?

Quelle méthodologie mettre en œuvre ?

Pour quel objectif ?

PRE-REQUIS PROPOSES :

1/ Partager une définition commune :

- du territoire: quelle échelle? quelle identité de territoire? quelles valeurs communes?
 - d'une stratégie à l'international :
=> Que signifie "stratégie à l'international d'un territoire" ? Ce qui est sous-entendu par la collectivité concerne :
 - des retours économiques (marchés pour entreprises locales / implantation de nouvelles entreprises sur le territoire)
 - l'ouverture au monde (mobilité entrante / sortante des étudiants par ex)
 - le renforcement d'une influence (Ex. valoriser la francophonie, contribuer au soft power)
 - une opération de marketing territorial, pour favoriser la visibilité du territoire à l'international ?
 - le renforcement de l'identité d'un territoire (Angoulême = BD par ex)
- => quelle plus-value de la collectivité territoriale quand elle positionne en tant que "capitaine" ?

2/ Partager des objectifs communs :

- Comment identifier les acteurs du territoire ? Qualifier leur participation éventuelle en établissant une cartographie des acteurs selon deux axes (influence / enjeux)
- Comment impliquer les acteurs du territoire ?
 - Qui solliciter ?
 - Quelle stratégie élaborer pour embarquer ces acteurs identifiés ?
 - Pour quoi faire ensemble ?
 - Qu'attendre de ces acteurs ? Comment dégager des terrains d'entente ?

OUTILS

Favoriser la concertation et le travail collaboratif ; il existe des outils innovants :

- Klaxoon ou tout autre outil du même acabit pour créer l'interactivité entre acteurs (lors de workshop) et l'évaluation en continu (sondages)

- "Speedboat" pour élaborer une stratégie <https://klaxoon.com/fr/blog/speed-boat-une-methode-agile-a-decouvrir/>

- un bateau : élément central, il symbolise l'équipe
- une île : elle représente les objectifs à atteindre
- Le vent : il matérialise les forces de l'équipe
- Les ancres : pour illustrer les freins, les éléments qui vont ralentir l'équipe
- Le récif : les obstacles qui risquent d'apparaître sur le chemin du bateau

Ces éléments, une fois dessinés, permettent de dégager les forces, faiblesses, opportunités, menaces d'un projet ; d'envisager d'élaborer une vision collective, sur la base de la parole des forces en présence, et des intérêts convergents susceptibles d'être exprimés grâce à l'impulsion de la collectivité.

POINTS DE VIGILANCE :

- Ne pas se laisser embarquer dans une stratégie pensée comme la somme d'intérêts particuliers exprimés par chacun des acteurs partenaires
- Sortir de la vision d'une collectivité bailleurs ou « tiroir-caisse » ; partager autour de la notion de responsabilité
- Permettre aux acteurs de se parler entre eux (si ce n'est pas déjà le cas), et non pas seulement d'engager un dialogue bilatéral avec la collectivité, pour dégager des enjeux/problématiques/envies communes
- dépasser le dialogue avec les interlocuteurs habituels, et aller vers les parties prenantes plus éloignées

Pour vous impliquer davantage dans les travaux de l'ARRICOD – renseignez-vous sur arricod@gmail.com
Suivez-nous sur www.arricod.fr