



Mercredi 18 juin 2008 Conférence d'ouverture

Comment s'accordent les nouvelles dynamiques migratoires et les politiques d'accueil ? Quel rôle pour la communication ?

14h30/15h30 : Société et communication

Intervenant expert :

Dominique WOLTON, sociologue et directeur du programme de recherche sur les Sciences de la Communication au CNRS, auteur de nombreux ouvrages sur les médias, la communication politique, l'Europe, ...,

Intervenants tables rondes :

Marc GASTAMBIDE, conseiller de l'équipe « Dynamique des territoires » à la DIACT

Pere Puig ANGLADA, directeur général de la politique régionale à la Commission Européenne

René SOUCHON, président du Conseil Régional d'Auvergne, co-président du Comité de Massif

Dominique SCHMITT, préfet de la région Auvergne et préfet coordonnateur du Massif Central

Animateur :

Thomas HERVE, chroniqueur sur France 2 dans les émissions « Science...on tourne » et « Télé Matin

Les nouvelles technologies de communication entretiennent l'illusion d'une proximité entre les hommes, redessinant la cartographie mondiale à travers un vaste réseau d'individus interconnectés. Pourtant, selon Dominique Wolton, la surabondance d'outils technologiques ne peut se substituer à la dimension humaine. Contrairement à l'information, simple retransmission d'un message, la communication se fonde sur l'altérité, dans le sens où elle met en relation des individus qui ne sont pas toujours en phase : « l'horizon de la communication est la négociation, sans quoi la cohabitation est impossible. C'est même l'enjeu de la démocratie. » A l'échelle des territoires, la communication comporte un enjeu sociétal qui implique une pluralité d'acteurs, à la fois politiques et civils. Or les dynamiques migratoires actuelles se caractérisent par une multitude de paradoxes qui mettent en lumière leur complexité :

■ Les flux migratoires sont visibles et nombreux : près de 5 millions de clandestins sont recensés dans le monde. Mais si la mobilité nationale et internationale s'accroît, les phénomènes migratoires sont plus éphémères, avec des retours fréquents dans le pays d'origine.

■ La mobilité entre en contradiction avec le désir de conservation du territoire, qui résulte d'un sentiment d'appartenance plus marqué. Les identités culturelles tendent à s'affirmer davantage et à revendiquer leur singularité.



Alors que l'Europe prône un discours d'ouverture des frontières, la majorité des pays de l'Union se démarquent encore par leur faible tolérance, percevant les étrangers comme une menace. Dominique Wolton évoque la figure persistante du migrant, considéré comme un « sous-homme », forcé de s'intégrer au sein d'une communauté qu'il ne comprend pas et tiraillé entre deux cultures parfois opposées.

Dans ce contexte spécifique où la notion même d'accueil n'est pas claire des actions doivent être mises en œuvre pour attirer de nouveaux migrants :

Le travail, la scolarisation et l'environnement sont trois fondamentaux qui doivent être proposés aux migrants.

Le pays d'accueil doit informer les arrivants sur son histoire, pour leur donner les clés nécessaires à la compréhension de sa culture.

Les étapes de bureaucratie doivent être réduites pour simplifier les démarches d'intégration des arrivants.

La laïcité doit devenir un critère d'ouverture, avec une séparation claire des sphères privées et publiques ainsi que de la religion et du politique.

Le pays d'accueil doit laisser une place importante aux institutions civiles, qui proposent une autre vision que celle des politiques.

L'ouverture des frontières ne doit pas être réservée à une souche de population privilégiée.

Avec cette analyse, l'enjeu des territoires est clair : il s'agit plus de créer une véritable politique d'ouverture que d'employer des stratégies de communication « paillette ». Au cœur de tous les programmes politiques, la question migratoire doit être considérée en dehors des clivages : « C'est l'homme dans sa globalité qui est concerné. Le principe d'égalité est la clef d'une cohabitation pacifique », conclut Dominique Wolton.

Egalement convaincu de l'importance de la dimension humaine dans les politiques migratoires, Dominique Schmitt a fait de l'ouverture du Massif Central une de ses croisades politiques. Confrontée à une chute démographique vertigineuse, cette zone est touchée par la diminution persistante de sa population globale. D'ici 2030, le Massif Central devrait perdre environ 270 000 habitants. Dans ce contexte, les politiques d'accueil revêtent un double enjeu :

attirer une population nationale et étrangère qualifiée pour dynamiser le marché de l'emploi et l'économie de la région

pallier le vieillissement de sa population.

Le programme de la préfecture repose sur deux mesures fondamentales : structurer l'offre d'accueil et apporter plus de services aux entreprises. Pour réaliser ces objectifs, la coalition et la mobilisation des six régions du Massif Central sont un atout fondamental : « Nous avons mis en place des comités de pilotage et organisé des pré-rencontres pour agir sur le terrain », souligne Dominique Schmitt.

A l'échelle européenne, Pere Puig Anglada est également partisan d'une communication engagée « sur le terrain », permettant de créer un lien fort avec les populations. Grâce à un budget important dédié à la politique des régions, la Commission Européenne a opté pour une action de proximité, en rencontrant directement les populations concernées. Cette démarche qualitative a été un facteur de réussite.

Au niveau européen, Pere Puig Anglada explique la nécessité d'une mobilisation générale, accrue dans le contexte du Traité de Lisbonne, récemment remis en question par le vote négatif irlandais.



René Souchon, qui milite depuis 1997 au Conseil régional d'Auvergne pour renforcer la politique d'accueil a encouragé une stratégie de communication et de perception sur le web. La campagne de publicité « Les Urbanophiles », moderne et décalée, a fortement contribué à dynamiser l'image de l'Auvergne en alimentant l'effet de buzz.

Mais la communication doit intervenir quand les dispositifs d'accueil mis en place sur le territoire sont opérationnels : « La première étape consiste à structurer l'offre d'accueil avant même d'établir un plan de communication ». Cette offre repose sur des critères fondamentaux (tels que l'emploi, le logement, les services, les aménagements, les aides...) permettant de séduire une cible urbaine, à la recherche de ces infrastructures.

D'autres moyens ont été mis en place pour attirer de nouveaux migrants : par exemple les Résidences d'entrepreneurs de la région Auvergne proposent des courts séjours entièrement pris en charge afin de permettre aux intéressés de découvrir leur nouvel environnement professionnel et personnel avant de se décider.

Pour Marc Gastambide, la communication territoriale cible à la fois les grandes entreprises susceptibles de s'implanter et les individus désireux de changer de vie. Dans les deux cas, il s'agit d'utiliser un message adapté à la culture de son interlocuteur, axé sur les valeurs et les atouts de la région : « Les critères de services sont très importants pour séduire les entreprises. A l'échelle individuelle, l'emploi est déterminant ».