



HAL
open science

“ Ville fleurie ”, “ station touristique ”... bien plus que des panneaux à l’entrée des communes

Stéphanie Prat

► To cite this version:

Stéphanie Prat. “ Ville fleurie ”, “ station touristique ”... bien plus que des panneaux à l’entrée des communes. 2022. hal-04068156v1

HAL Id: hal-04068156

<https://hal.science/hal-04068156v1>

Submitted on 13 Apr 2023 (v1), last revised 10 Apr 2024 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NoDerivatives 4.0 International License

« Ville fleurie », « station touristique »... bien plus que des panneaux à l'entrée des communes

Publié: 16 juin 2022, 22:42 CEST

Benoît Faye

Full Professor Inseec Business School, Chercheur associé LAREFI Université de Bordeaux Economiste des marchés du vin, de l'art contemporain et Economiste urbain, INSEEC Grande École

Stéphanie Prat

Enseignant-chercheur INSEEC Grande Ecole, Chercheur associée au LAREFI, Université de Bordeaux

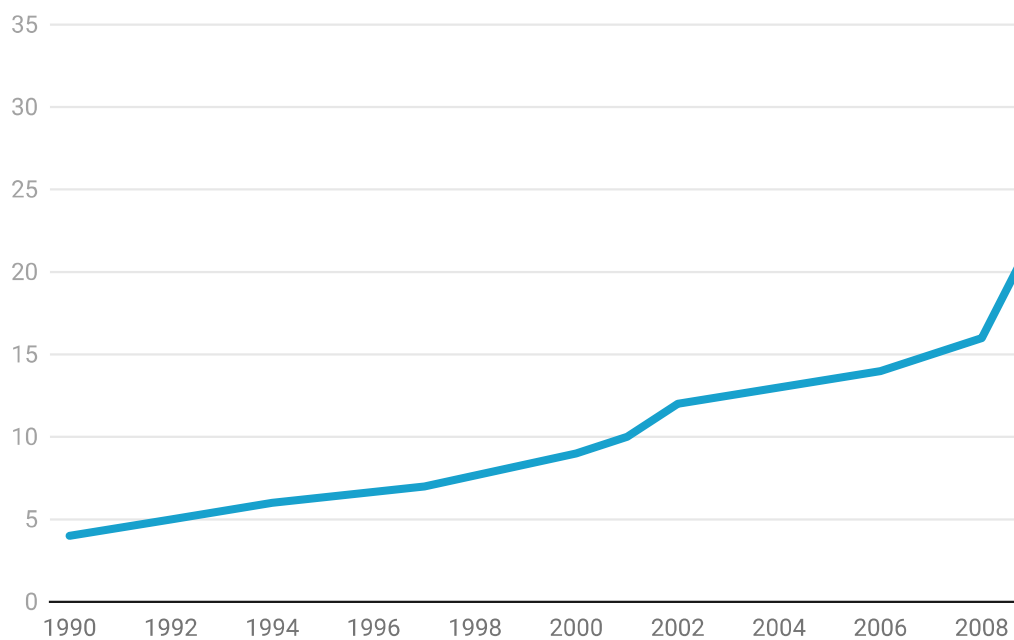


Panneau « Ville fleurie » avec 3 fleurs à Courbevoie près du pont de Levallois (Hauts-de-Seine). Chabe01/Wikimedia commons, CC BY-SA

Nous les croisons aux entrées des villes, affichant fièrement un nombre de fleurs, d'étoiles, de couronnes, mais nous connaissons peu les *labels urbains* dont le nombre explose depuis 2000. 37 labellisations communales sont aujourd'hui recensées, les villes en détenant en moyenne 5 avec, pour certaines, un comportement compulsif de labellisation (Metz, Nancy, Strasbourg). Ces labels, à la diffusion très inégale, s'inscrivent dans toutes les thématiques : culture, patrimoine, tourisme, environnement, économie, durabilité, innovation, services à la population, services fonctionnels (énergie, santé, mobilité, sport, sécurité, déchet, numérique).

Distinct des prix et classements, un label territorial signale et garantit le respect de critères de gestion ou la mise en œuvre de projets sur une durée et un territoire donné. L'adhésion à un label peut permettre aux territoires d'accéder à des diagnostics techniques, des conseils, des formations, des financements, des avantages fiscaux ou légaux, des kits de promotion et surtout des échanges de bonnes pratiques entre adhérents. Une aide de plus en plus précieuse à mesure que les problèmes des communes deviennent plus complexes et l'État plus distant.

Évolution du nombre de labels existants



Source: Auteurs • [Récupérer les données](#) • [Insérer](#) • [Récupérer l'image](#) • Créé avec [Datawrapper](#)

Les labels sont donc bien autre chose que de simples panneaux décoratifs à l'entrée des villes. Comme nous le montrons dans notre article de recherche à paraître dans la *Revue Gestion et Management Public*, ils servent l'un des objectifs aujourd'hui jugé crucial du développement territorial : l'attractivité, qu'elle soit résidentielle (*solde des entrées sorties des résidents*), touristique (*capacité d'hébergement touristique*), ou entrepreneuriale (*taux de création d'entreprises*).

L'étude des 182 premières villes françaises montre que la labellisation explique une partie significative de l'attractivité urbaine au-delà des facteurs classiques (infrastructures, richesse, géographie, offre culturelle, composition sociale, etc.). Cependant, elle le fait de manière différente selon le type d'attractivité et la taille des villes : les labels renforcent l'attractivité touristique pour les grandes villes (plus de 100 000 habitants) tandis qu'ils améliorent l'attractivité résidentielle et entrepreneuriale pour les villes moyennes (entre 25000 et 100 000 habitants).

Plus précisément, les résultats révèlent que l'effet d'un label urbain sur chaque type d'attractivité peut prendre 4 formes distinctes :

- Les labels de **renforcement** vont accentuer l'effet positif d'un facteur fondamental. Ainsi, une ville balnéaire présentant des aménités environnementales attractives pour les touristes accroît son flux touristique par sa labellisation en station touristique. Bayonne ou Royan illustrent le propos.
- Les labels d'**exigence** réduisent l'effet positif d'un facteur fondamental en termes de flux mais peuvent accroître la qualité de celui-ci (niveau de dépenses touristiques, catégories socio-professionnelles des néo-résidents, employabilité ou durabilité des entreprises). Ainsi, une ville patrimoniale peut vouloir limiter son flux touristique pour préserver ses actifs en adoptant un label *Qualicities* (Arles). Une ville du littoral peut en faire de même avec le label environnemental *Pavillon bleu* (Dieppe).
- Les labels de **correction** atténuent les effets négatifs d'un facteur fondamental (par exemple les effets d'une désertification commerciale ou médicale, d'une dégradation environnementale) sans parvenir toutefois à les éliminer totalement. Par exemple, le label *Ville amie des enfants* ne parvient pas à compenser la perte d'attractivité résidentielle liée au vieillissement de la population (Charleville-Mézières ou Châteauroux illustrent ce cas).
- Les labels de **redressement** réussissent au contraire des précédents à compenser l'effet négatif d'un facteur fondamental sur l'attractivité. Par exemple, en moyenne les labels *Villes et villages Internet* et *Eco-cité* ont tendance à redresser la perte d'attractivité résidentielle des villes moyennes.

Un témoignage d'un relatif déclassement

Le tableau de synthèse ci-dessous affiche l'appartenance de chaque label à chacune de ces 4 catégories selon la dimension d'attractivité et la taille des villes. Lorsque le nom du label est suivi d'une parenthèse contenant un facteur d'attractivité, son affectation dans une catégorie dépend de son interaction avec ce facteur.

		Label de renforcement	Label d'exigence	
	Petites Villes	Station touristique, Ville amie de aînés(+de 60 ans), villes actives et sportives (pop sportive	UNESCO (monuments), Qualicities (monuments) Pavillon Bleu (littoral -2)	
Résidentielle	Villes moyennes	Ville et métiers d'art (artisans), Commune touristique.	Qualicities France station nautique, Pavillon bleu	
	Grandes villes	Ville santé, Ma commune a du cœur (Hôpitaux), Commerce et artisanat dans la ville (Magasins), Villes actives et sportives (pop sportive), Villes territoires cyclables, Villes écopropres, Territoires à énergie positive (villes intelligentes).	Pavillon bleu, UNESCO	
	Petites Villes	France station nautique	Qualicities (Monuments)	
Entrepreneuriale	Villes moyennes	Famille plus, Villes et pays d'art et d'histoire, France station	Qualicities, Unesco, Pavillon bleu	

Par exemple, le label *Ville amie des aînés* renforce l'attractivité résidentielle moyenne des petites villes lorsque la part des plus de 60 ans augmente. Les effets constatés sont des effets moyens dont aucune ville ne peut être le symbole. Délaissant les labels de correction, chaque catégorie mérite une lecture détaillée.

Les labels d'exigence forment un petit groupe (*Qualicities, Unesco, Pavillon bleu, France station nautique, Destination pour tous*). Ils agissent de manière assez similaire quelle que soit la taille des villes ou la dimension d'attractivité bien qu'ils appartiennent par nature au domaine touristique. Ils relèvent donc, à divers degrés, d'une volonté d'attraction plus exigeante des villes servant l'inclusion, la durabilité, mais aussi la création de valeur.

Les labels de renforcement eux, diffèrent selon le type d'attractivité et la taille des villes. Observons que les grandes villes ont plus d'opportunités dans cette catégorie que les villes moyennes et les petites villes. L'influence des labels sur l'ensemble des dimensions d'attractivité des petites villes est fondamentalement liée à leurs aménités environnementales (*Station touristique, Commune touristique classée, Famille plus*), patrimoniales (*Unesco, Ville et métiers d'art*) et la qualité de services offerts à la population (*Ville amie des aînés, villes actives et sportives*). On retrouve un schéma assez similaire pour les villes moyennes, ce qui témoigne encore de leur relatif déclassement.

Des enseignements pour les villes moyennes et petites

Dans les grandes villes, l'attractivité résidentielle est d'autant plus forte que les labels structurent et organisent leurs avantages comparatifs en matière sanitaire (*Ville santé, Ma commune a du cœur*), commerciale (*Commerce et artisanat dans la ville*), sportive (*Villes actives et sportives*) et environnementale (*Villes territoires cyclables, Montagne 2, Territoires à énergie positive*). Leur attractivité entrepreneuriale est stimulée en grande partie par (*Montagne 2*) tels auxquels s'ajoutent des labels de développement touristique (*Villes et pays d'art et d'histoire, Famille plus*) et numérique (*Territoire numérique libre*). Notons enfin que l'attractivité touristique des grandes villes est stimulée par des labels purement touristiques (*Famille plus, Qualicities, France station nautique, Unesco*) mais aussi des labels environnementaux (*Ecocité*).

Les labels de redressement doivent retenir toute notre attention en particulier pour les villes moyennes et petites, les plus affectées par les baisses d'activités et de population. Dans les petites villes, les labels *Ville nature* et *Ecocité* compensent les effets négatifs des dégradations environnementales sur l'attractivité résidentielle. Les labels *Villes et villages Internet* et *Ville santé* compensent l'insuffisance de services en termes d'attractivité entrepreneuriale. Enfin le label *Villes et Villages Fleuris* permet aux petites villes à l'environnement dégradé de retrouver une attractivité touristique. Dans les villes moyennes *Villes et villages Internet* et *Eco-cité* sont susceptibles de renverser le manque d'attractivité résidentielle. Les labels environnementaux (*territoire à énergie positive, cit'ergie, villes et villages fleuris*), numérique (*territoire numérique libre*) et commerciaux (*commerce et artisanat dans la ville*) ont des effets similaires sur l'attractivité entrepreneuriale.

Compte tenu des ressources communales allouées aux processus de labellisation, il était légitime de s'interroger sur leurs performances. Cependant au-delà de l'attractivité, d'autres objectifs de la labellisation devront être explorés. Dans le domaine social, les labels ont aussi vocation à faciliter l'acceptabilité sociale de certains projets urbains. Dans le domaine politique, les labels suggèrent des effets de club entre labellisés. Dans le domaine du management public enfin, les processus de labellisation facilitent les coopérations entre services communaux ou acteurs civils dans le traitement des problèmes complexes. Néanmoins, cette première étude de l'attractivité des labels change déjà notre regard sur leur signalisation à l'entrée de nos villes.