

DIAGNOSTIC TERRITORIAL

EN BREF

C'est le préalable à toute procédure ou réflexion stratégique territoriale et à toute action de développement ou de marketing territorial. Il permet d'avoir une vision globale et une compréhension fine du territoire, de son organisation, de ses usages et de ses enjeux au regard de l'environnement dans lequel il évolue.

C'est un **processus de travail analytique qui poursuit plusieurs objectifs:**

- repérer les singularités, les dynamiques et les potentialités du territoire dans toutes ses dimensions (sociales, spatiales et institutionnelles)
- mettre en avant les **questions majeures par rapport à l'avenir**
- favoriser les **réflexions et échanges** entre actrices et acteurs du territoire.

Quand l'utiliser?

De manière générale, il est intéressant **en début ou en cours de mandat** pour aider à la décision ou orienter l'action. Mais aussi:

- pour penser un projet de territoire
- pour mieux connaître les forces et faiblesses, les menaces et opportunités de son territoire, lors d'un projet spécifique
- pour connaître les attentes et les besoins des acteurs et actrices du territoire
- comme outil de mobilisation des acteurs et actrices du territoire et d'aide à la mise en place d'un dialogue entre eux

C'est utile pour qui?

pour les responsables politiques ou administratifs d'un territoire.

mais aussi pour les responsables d'établissements publics et para-publics (offices de tourisme, stations de ski, parcs naturels, ...)

et pour les gestionnaires de projets de développement de territoires ou touristiques.

MÉTHODE

Le diagnostic territorial se fait en plusieurs temps :



Phase préparatoire: la définition du cadre de travail

L'objectif du diagnostic

- la commande

Qui est à l'initiative? Qui porte la commande et la démarche ? Pourquoi faire ce diagnostic? Quels sont les attentes, insatisfactions et besoins? Quels sont le contexte et les enjeux prioritaires? Quels sont les objectifs poursuivis par les élus?

- le périmètre

Quelles sont les limites spatiales de l'étude? Quel public et quels acteurs sont concernés? Quelles sont les thématiques du diagnostic? Quelles sont les personnes-ressources, institutions, associations ?

les conditions de réalisation du diagnostic

- les moyens humains

Quelles sont les personnes disponibles et compétentes en interne et/ou faut-il avoir recours à des consultants externes?

Quelle sera l'organisation de la démarche et de l'animation référent-e-s et/ou chef-fe-s de projet, groupes de travail, comité de pilotage) ?

- le temps

La durée moyenne d'un diagnostic est de 4 à 9 mois, variable selon la taille du territoire, les ressources disponibles, l'ambition de l'étude, et l'existence de travaux préalables. Il est nécessaire d'instaurer un calendrier avec mention d'étapes claires.

- les moyens matériels et financiers

Ils sont variables selon la taille du territoire, les ressources internes/ externes et embauches éventuelles.

- les données

Quelle sont la pertinence et les possibilités de recueil des différentes données externes ?



Toujours adapter le diagnostic aux spécificités territoriales: maillage urbain, densité, migrations , etc.

Phase d'analyse et de la stratégie

Elle se décompose en trois parties:

- **le recueil des données** sur les différents thèmes considérés
- **l'analyse des données** : elle détermine les enjeux qui seront utiles pour construire un projet et/ou des actions.
- **la stratégie** : un travail de projection définissant les améliorations, adaptations, et optimisations de la situation initiale. Elle est co-construite avec les actrices et acteurs du territoire.



recueil des données

- recensement des forces vives du territoire
- recueil des données naturelles, spatiales et leurs articulations
- recueil des données sociales, documents règlementaires et dires d'actrices et d'acteurs
- recueil de l'historique, et des temporalités des thèmes
- logique et interactions entre thèmes



analyse des données

- synthèse des données par thèmes et questions
- synthèse des forces et faiblesses (analyse interne), matrice des facteurs d'attractivité
- synthèse des opportunités et menaces (analyse externe)
- matrice AFOM



stratégie

- définition des objectifs
- déclinaison par actions existantes et actions à mettre en place
- définition des moyens, d'un échéancier et des modalités et indicateurs d'évaluation

Phase de communication des résultats

La communication doit se faire **durant l'avancée des travaux et lors de la restitution** des résultats, à un large public mais surtout **auprès des participant·e·s**.

Le diagnostic est un moment important pour la co-construction de l'avenir du territoire par ses acteurs et actrices : les échanges et débats favorisent l'appropriation des projets. Les modes de communication doivent toujours être adaptés au public cible.

RÉSULTATS

- Le compte rendu présente l'analyse des données commentées et illustrées par des images, cartographies, photos, matrices permettant de comprendre les causes de dysfonctionnement, mais surtout les axes de progrès, les moyens pour influencer les dynamiques actuelles et futures
- Un document stratégique formule la stratégie co-construite qui est choisie par les acteurs et actrices du territoire, ainsi que le plan d'actions qui y est associé. Idéalement chaque action sera déclinée en fiches détaillées.

Exemples

Exemple 1



Diagnostic territorial pour un projet d'agriculture urbaine

Dans le cadre d'un projet d'agriculture urbaine, il est important de procéder à un diagnostic territorial préalable pour sa réussite future. Les points à prendre en considération sont:

- **analyse de terrain préliminaire et définition d'une échelle de travail.** Elle porte sur la typologie du quartier choisi, la démographie, données sur la sociologie des habitant·e·s et leurs habitudes de consommation et identification des fonciers disponibles et de leurs caractéristiques
- **ancrage du projet localement et construction d'un tissu partenarial fort:** rencontre avec les acteur·rice·s du monde agricole, de l'agriculture urbaine, de l'économie sociale et solidaire, éducatifs et sociaux et maisons de quartiers, puis les acteur·rice·s de la ville et surtout les habitant·e·s des quartiers. Également rencontre avec les décideurs publics et privés (élu·e·s, services de la ville, entreprises locales)
- **état des lieux des ressources internes :** définition d'une équipe de travail, de bénévoles, et d'un comité de pilotage. Il est important de bien s'entourer et de ne pas travailler seul·e.
- **donner un angle à son projet:** un projet d'agriculture urbaine est par définition multi-serviciel, mais il faut lui donner une spécificité en phase d'émergence pour ne pas s'éparpiller, quitte à le diversifier plus tard. Et surtout il faut toujours l'adapter aux spécificités du territoire

Résultats :

En prenant en compte le contexte social et le dialogue également et non pas uniquement les données agronomiques, il est possible d'avoir une meilleure acceptation des habitant·e·s et un projet beaucoup plus intéressant pour tous·tes

Source: Boris Marcel, cofondateur et coordinateur du réseau Les Cols Verts (Mooc l'importance d'un diagnostic territorial préalable)

Exemple 2



Diagnostic de territoire pour la préservation et la valorisation d'un village rural

Objectif: Les élu·e·s d'un village de 4500 habitant·e·s implanté en milieu rural souhaitent recréer un dynamisme sur le site, qui s'est essoufflé ces dernières années. Ils·elles pensent mettre en place une opération qui a pour but de valoriser le patrimoine architectural.

Un second objectif sous-jacent est de sensibiliser et faire découvrir la richesse du patrimoine aux habitant·e·s et nouveaux arrivants

Moyens utilisés : approche pluridisciplinaire et approche participative, calendrier de l'étude et détail des étapes

Travail réalisé:

- récolte de données: contexte territorial, population, pratiques de loisirs, attractivité du territoire, données touristiques
- recherches documentaires
- rencontres avec différent·e·s acteurs et actrices (élu·e·s et habitant·e·s), et enquête auprès de la population
- analyse du territoire du hameau et ses interactions avec les territoires voisins et ceux dans lesquels il s'inscrit
- inventaire et analyse du bâti public ou privé et des caractéristiques paysagères
- analyse des Atouts/Faiblesses/Opportunités/Menaces
- proposition de pistes de valorisation, en privilégiant une démarche de concertation avec les habitant·e·s et les élu·e·s.
- plan d'actions adaptées au public visé et aux tendances actuelles