

## COMMENT STRATEGIE ET ATTRACTIVITE VIENNENT AUX COMMUNES

<b>1. Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Instrumenter le choix.....</b>	<b>5</b>
2.1 Une enquête de Test-Achats.....	6
2.1.1 Surplomber .....	7
2.1.2 Donner la parole .....	8
2.1.3 Passer du singulier au général .....	8
2.1.4 Sommer .....	10
2.1.5 Faire intervenir de nombreux acteurs .....	11
2.1.6 Un point d'appui.....	11
2.2 Réaliser le marché immobilier .....	12
2.2.1 Passer du local au global.....	12
2.2.2 Cibler .....	14
2.2.3 Localiser .....	14
2.2.4 Aiguiller.....	16
<b>3. Planifier .....</b>	<b>16</b>
3.1 Des communs stratèges.....	16
3.1.1 Distribuer - contraindre .....	16
3.1.2 À l'heure de la mondialisation... ..	18
3.1.3 Faire faire un détour .....	19
3.1.4 Avoir un cadre.....	20
3.2 Planification stratégique .....	21
3.2.1 Des circonstances à la prospective .....	21
3.2.2 Faire un plan – aménager.....	23
3.2.3 Changer d'échelle .....	25
3.2.4 Associer - connecter .....	25
3.2.5 Accumuler en un lieu et aligner.....	27
<b>4. Être attractif .....</b>	<b>30</b>
4.1 Attractivité et équivalences.....	30
4.2 Valoriser le territoire.....	31
4.3 Ce que veulent les résidents .....	33
4.4 Capter.....	34
4.5 Des prises multiples.....	36

THEME 4.1 : ECONOMIE RESIDENTIELLE  
COMMENT STRATEGIE ET ATTRACTIVITE VIENNENT AUX COMMUNES

---

<b>5. Composer des collectifs.....</b>	<b>37</b>
<b>6. Conclusion.....</b>	<b>39</b>
<b>7. Bibliographie .....</b>	<b>40</b>