

Projet de Fin d'Etudes

SITES INTERNET DE VILLES ET IMAGE DE METROPOLE



2007-2008

**Directeur de recherche
THOMAS Eric**

MARUNTEL Roxana

Formation par la recherche et Projet de Fin d'Etudes

La formation au génie de l'aménagement, assurée par le département aménagement de l'Ecole Polytechnique de l'Université de Tours, associe dans le champ de l'urbanisme et de l'aménagement, l'acquisition de connaissances fondamentales, l'acquisition de techniques et de savoir faire, la formation à la pratique professionnelle et la formation par la recherche. Cette dernière ne vise pas à former les seuls futurs élèves désireux de prolonger leur formation par les études doctorales, mais tout en ouvrant à cette voie, elle vise tout d'abord à favoriser la capacité des futurs ingénieurs à :

- Accroître leurs compétences en matière de pratique professionnelle par la mobilisation de connaissances et techniques, dont les fondements et contenus ont été explorés le plus finement possible afin d'en assurer une bonne maîtrise intellectuelle et pratique,
- Accroître la capacité des ingénieurs en génie de l'aménagement à innover tant en matière de méthodes que d'outils, mobilisables pour affronter et résoudre les problèmes complexes posés par l'organisation et la gestion des espaces.

La formation par la recherche inclut un exercice individuel de recherche, le projet de fin d'études (P.F.E.), situé en dernière année de formation des élèves ingénieurs. Cet exercice correspond à un stage d'une durée minimum de trois mois, en laboratoire de recherche, principalement au sein de l'équipe Ingénierie du Projet d'Aménagement, Paysage et Environnement de l'UMR 6173 CITERES à laquelle appartiennent les enseignants chercheurs du département aménagement.

Le travail de recherche, dont l'objectif de base est d'acquérir une compétence méthodologique en matière de recherche, doit répondre à l'un des deux grands objectifs :

- Développer tout une partie d'une méthode ou d'un outil nouveau permettant le traitement innovant d'un problème d'aménagement
- Approfondir les connaissances de base pour mieux affronter une question complexe en matière d'aménagement.

Avertissement

Cette recherche a fait appel à des lectures, enquêtes et interviews. Tout emprunt à des contenus d'interviews, des écrits autres que strictement personnel, toute reproduction et citation, font systématiquement l'objet d'un référencement.

REMERCIEMENTS



Je tiens à remercier tout particulièrement Monsieur Eric Thomas, Directeur du mémoire de recherche, qui a su m'apporter de précieux conseils et me guider tout au long de cet exercice.

« En reprochant aux villes l'irréalisme de l'image qu'elles produisent, on leur refuse le droit au projet, comme rêve de ville. On prend l'image pour le reflet, quand elle voudrait, comme toute publicité, éveiller le désir.»

Rosemberg, 2000

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
PREMIERE PARTIE : CONTEXTE ET ELEMENTS DE DEFINITION	4
1.CONTEXTE	5
<i>A)Les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et ses différentes approches.....</i>	<i>5</i>
<i>B)Les villes virtuelles</i>	<i>6</i>
<i>C)Les sites internet de villes</i>	<i>6</i>
<i>D)La communication des collectivités.....</i>	<i>7</i>
<i>E)Le marketing territorial.....</i>	<i>8</i>
<i>F)Les sites internet de villes : outils de marketing territorial</i>	<i>10</i>
2.ELEMENTS DE DEFINITIONS	11
<i>A)Images de la ville</i>	<i>11</i>
a. Les formes d'images de la ville.....	11
b. Les fondements de l'image de la ville	11
c. L'image stratégique au service du marketing urbain.....	12
<i>B)Les « métropoles d'équilibre »</i>	<i>12</i>
<i>C)Les notions de « métropole » et « métropolisation »</i>	<i>13</i>
a. Métropole	13
b. Métropolisation.....	14
c. Distinction métropole/métropolisation.....	14
<i>D)Les dix dynamiques à l'œuvre dans les processus de métropolisation.....</i>	<i>15</i>
<i>D)Classement des métropoles françaises.....</i>	<i>17</i>
<i>E)Le marketing métropolitain</i>	<i>17</i>
DEUXIEME PARTIE : METHODOLOGIE	19
1.CAS D'ETUDE	20
<i>A)Villes des sites internet étudiés.....</i>	<i>20</i>
<i>B) Structure et webdesign des sites internet de villes.....</i>	<i>21</i>
2.GRILLE DE LECTURE	25
<i>A)Réalisation de la grille de lecture</i>	<i>25</i>
<i>B)Pondération des critères.....</i>	<i>26</i>
TROISIEME PARTIE : ANALYSE DES RESULTATS	29
1.RESULTATS DES RUBRIQUES	30
2.SPECIFICITES DE L'IMAGE DE METROPOLE.....	31
3.TYPES D'IMAGE DE METROPOLE	41
4.DIFFERENCE IMAGE/REALITE	48
CONCLUSION	53
BIBLIOGRAPHIE.....	55
TABLE DES ILLUSTRATIONS	57
ANNEXES	59

Les Technologies de l'Information et de la Communication ont changé notre regard au monde. Elles limitent l'incidence des facteurs temps et distance pour des échanges dans tous les domaines : économique, social... L'impact sur la société a été tel que maintenant on l'appelle « société de l'information » ou « de la connaissance ». Internet, révolution des années 90 en matière de technologies de l'information et de la communication représente un point d'accès au monde en réseau et à une bibliothèque universelle d'information.

« Dans un contexte où les concurrences entre villes ont tendances à s'exacerber et où l'attractivité des territoires, en particulier urbain, est un élément déterminant de la compétitivité économique d'un pays » (Jacquet, 2003) les collectivités se concentrent sur la communication en se dotant d'une grande variété d'outils de promotion. Avec la progression des technologies de l'information et de la communication, l'utilisation de nouveaux outils, adaptés à cette « société de l'information », devient nécessaire. Cette évolution des politiques de communication se traduit entre autres par la conception des sites internet de municipalités. L'approche de la ville se fait alors d'une manière différente. La ville virtuelle est une ville ouverte à l'extérieur, accessible à tout moment à toute personne.

Nous vivons une époque dominée par le paraître et la représentation (Bauducel, 2003). Les images se retrouvent en tout lieu et dans de nombreux domaines. La publicité particulièrement les utilise au plus haut degré. En effet, cette dernière dévoile le caractère économique des images. Ainsi on peut dire que les images influencent nos rapports à la société. Quant aux images urbaines, elles circulent sous différentes formes parmi lesquelles celles créées par les collectivités et leurs élus. Avec la banalisation de la communication territoriale on assiste à une prolifération des images par lesquelles on tente de renforcer l'attractivité des territoires.

La métropolisation est un phénomène mondial. Ce phénomène est fortement lié aux progressions récentes des politiques publiques, des nouvelles techniques de communication et de transport ainsi qu'aux comportements des acteurs économiques. Le rôle des TIC dans la communication promotionnelle des métropoles est considérable. Leur développement est cause et conséquence de cette même communication.

L'objectif de ce travail de recherche est d'étudier la manière dont les TIC et notamment les sites internet de ville interviennent dans cette communication promotionnelle des métropoles à travers l'image qu'ils reflètent.

Le **thème** initial donné pour ce travail de recherche était : **Sites internet de ville et projets de ville**. A partir de là la **question générale** posée a été : **De quelle manière les collectivités utilisent les sites internet pour promouvoir leurs territoires?**

Finalement la problématique a été formulée sous la forme de la **question spécifique** qui suit : **Les sites internet de villes que l'on peut considérer comme métropoles sont-ils utilisés par les collectivités pour afficher ce statut?** En addition à cette question on cherchera aussi à savoir : **Quels sont les critères mis en avant pour afficher ce statut?**

L'**hypothèse** posée pour répondre à la problématique est qu'il **existe un degré d'affichage d'une image de métropole et ce degré est mesurable à partir d'une grille de lecture du site internet**.

Afin de pouvoir affirmer ou infirmer cette hypothèse **vingt sites internet de ville** ont été choisis comme **cas d'étude** : Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nancy, Nice, Orléans, Reims, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours. Il semble nécessaire de noter que le site de Strasbourg est commun à la ville et à la Communauté Urbaine.

Le premier chapitre servira à présenter le contexte de cette étude et également à définir à partir des travaux déjà réalisés les termes principaux utilisés.

Le deuxième chapitre sera consacré à expliquer la méthodologie adoptée qui consiste à réaliser une grille de lecture pour ensuite l'appliquée aux vingt sites internet de ville.

Le troisième et dernier chapitre présentera les résultats obtenus suite à l'application de la grille de lecture, leurs analyse et les conclusions formulées.

Première partie : Contexte et éléments de définition

A)Les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et ses différentes approches

Dans cette partie nous allons nous intéresser aux TIC et ses différentes approches. L'ouvrage *Le déploiement des TIC dans les territoires* de Philippe Bouquillon constitue la source principale d'informations afin de traiter ce sujet.

Les techniques d'information et de communication recouvrent des outils hétérogènes : réseaux, espaces numériques, sites internet...

Libérant les hommes des contraintes d'éloignement et d'isolement géographique, les technologies de l'information et de communication bouleversent notre perception de l'espace et notre rapport aux autres.

Les technologies de l'information et de communication, et plus particulièrement les télécommunications et le réseau Internet assurent l'instantanéité des échanges immatériels et des communications entre les personnes, quelque soit leur localisation sur la planète.

Notre perception de l'espace géographique se construit aujourd'hui sur cette nouvelle donne technique et économique qui semble gommer les contraintes de distances spatiales et recomposer les territoires par la puissance commutative des réseaux d'information et de télécommunication.

Des points de vues affirment qu'avec les nouvelles techniques les distances disparaissent, et les contraintes spatiales s'effacent puisque tout est accessible par les réseaux. Ces discours prophétisent une homogénéisation des lieux, devenant ainsi indifférenciés. Ce point de vue, soulevé par Mac Luhan en 1967, est à l'heure actuelle de plus en plus contesté.

Une des approches que l'on retrouve dans nombre de discours politiques, insiste sur les effets structurants des TIC. La métaphore des « autoroutes » de l'information qui a connu un grand succès au début des années quatre-vingt-dix relève de cette vision. Elle suggère que les TIC se substituent aux réseaux des transport et que, de cette façon, les infrastructures de télécommunications structurent l'économie d'une région.

Sassen(1996) et Castells(1998) considèrent que les TIC accentuent la polarisation des activités économiques autour des grandes métropoles dans le cadre de la « globalisation » des économies.

D'autres auteurs insistent plus sur la complexité des relations entre TIC et territoires. Selon Veltz(1996) la production n'est possible que si de nombreux échanges, en direct, sont effectués entre les acteurs économiques et notamment les cadres des entreprises. Ainsi la spécialisation économique progressive entre les productions rend nécessaire la proximité physique des partenaires de la production ou des clients – utilisateurs qui participent à l'élaboration du produit. Les TIC en facilitant la mondialisation et son corollaire la spécialisation, seraient donc des agents de la « métropolisation ».

Ces quelques exemples n'indiquent qu'une partie des débats qui opposent les chercheurs sur la progression de l'économie dite « informationnelle » annoncée par des économistes et des penseurs depuis des décennies. Le développement des connaissances

(Machlup, 1962), des services postindustriels (Bell, 1976) ou de l'information (Porat, 1977) est présenté comme le fondement d'une nouvelle forme de société, désignée comme la « société de l'information » ou « de la connaissance ».

B) Les villes virtuelles

Il n'existe pas de définition unique pour le terme de « ville virtuelle » et les auteurs adoptent rarement un sens identique. De plus, on peut le qualifier de nombreuses façons en utilisant par exemple des termes anglais comme Digital city, Virtual city, Web city, Electronic city ..., ou bien des termes français : ville numérique, ville virtuelle, ville électronique, ville interactive, ville numérisée

Une des théories, parmi les nombreuses existantes sur ce sujet, consiste à dire que la ville virtuelle représente un ensemble d'informations concernant la ville et de services interactifs sur un site Web destiné à la population locale et administré par la collectivité. Ce sont des auteurs comme Graham, Aurigi, Nunn ..., qui considèrent la ville virtuelle de cette manière. Néanmoins, elle peut également être associée au vaste processus de réorganisation urbaine induit par le développement actuel dans le secteur des télécommunications et par leurs implications sur l'aspect physique, la vie sociale et la vie économique des villes contemporaines. Cette dernière théorie est partagée par des auteurs comme Mitchell ou Marvin.

Ce travail de recherche s'intéressera au premier sens.

C) Les sites internet de villes

La présence des villes sur internet est un phénomène assez récent mais sa progression est éloquente. (cf. Statistiques du Centre d'Etudes Comparées en Communication en Politique et Publique)

La mise en œuvre de sites internet constituent sans aucun doute le premier rapport des collectivités territoriales aux nouvelles techniques d'information et de communication. Les sites, créés par un effet de concurrence et de stimulation entre les collectivités territoriales mais aussi du fait d'une banalisation d'Internet dans les pratiques sociales, font systématiquement partie des objectifs des services Communication des collectivités territoriales.

Les raisons de cette généralisation sont également liées à l'importance qu'à prise la notion d'information dans les politiques des collectivités territoriales. Ainsi Internet, comme d'autres supports précédents, s'inscrit dans une stratégie de diversification des outils de communication des collectivités, cette stratégie se présentant parfois comme une accumulation de techniques.

La conception des sites intègre les principales évolutions des politiques de communication des collectivités territoriales, et plus particulièrement celles des municipalités. Ils sont l'occasion en tant que nouveaux support, de présenter le positionnement des collectivités territoriales, c'est-à-dire ce qu'elle disent d'elles aux habitants.

Deux tendances se retrouvent dans la mise en œuvre des sites. D'abord ils se caractérisent par une mise en valeur du territoire. Cette valorisation est d'autant plus forte que le public consultant le site est certes constitué d'habitants mais aussi de personnes « extérieures » à la commune. Il y a donc amplification d'une tendance déjà à l'œuvre dans la communication des collectivités territoriales : la recherche d'une représentation idéalisée du territoire. La communication s'apparente à une communication touristique reposant sur la promotion (éléments naturels spécifiques, histoire, patrimoine industriel, tradition) mais aussi sur la « photographie » de ces lieux sous la forme d'imagerie territoriale, presque de carte postale.

Le territoire n'est pas seulement un espace de représentations, il est aussi un espace de pratiques sociales. Pour cette raison le site présente également, outre la reprise d'information déjà disponible sur d'autres supports (le journal par exemple), des informations concernant l'ensemble des activités sociales. Les sites apparaissent comme des lieux de centralisation des informations, récoltées auprès des services de la collectivité mais aussi auprès de différents organismes locaux ou régionaux. Ainsi les sites tendent à regrouper des renseignements ayant trait à l'économie locale, à l'éducation, à la santé, à la recherche, etc.

Mais les sites ne contiennent pas seulement des « tableaux de bord » des activités locales. En dépassant le stade de « site vitrine », ils sont également l'occasion pour les collectivités de proposer une forme de modernisation de l'administration territoriale grâce à la mise en œuvre de téléprocédures.

De plus, en vue de renforcer leurs relations avec les entreprises, les sites ont développé des services spécifiques à destination du monde économique : ils proposent, par exemple, les textes de leurs appels d'offres dans le cadre des marchés publics

En matière de vie politique, les sites internet offrent l'opportunité d'une relation immédiate et directe entre les élus et les habitants. Par l'intermédiaire des sites, ces derniers ont la possibilité d'intervenir dans les délibérations ou dans les processus de concertation .

La ville à travers le site internet est envisagée d'une autre manière, cela veut dire qu'elle est ouverte vers l'extérieur et accessible à n'importe quel moment de la journée. « Ainsi, la ville endosse les caractéristiques du réseau Internet : temps réel, immédiateté, disponibilité permanente, disparition des contraintes de temps et d'espace. » (Lagadec, 2005)

D)La communication des collectivités

Nous allons commencer par une chronologie simplifiée du développement de la communication des collectivités.

Michel Lussault dans *Tours : images de la ville et politique urbaine* reprend les quatre phases temporelles de D. Porté qui s'est appuyé sur l'enquête réalisée au premier salon de la communication des collectivités locales en 1988. La première phase correspond aux années 60, avec la publication de quelques villes (Bordeaux, Nice, Toulouse) d'un périodique non régulier. Ces villes donnent naissance à des services d'information, « traçant ainsi la voie nouvelle ». La deuxième phase correspond aux années 70, où l'on a fait appel à des professionnels de la communication. La troisième phase commence de 1977 (année des élections municipales) et

dure jusqu'à 1983. Pendant cette période de nombreux services de communication se mettent en place. Finalement, la quatrième phase débute après 1983 jusqu'à nos jours, avec la généralisation du phénomène de communication, l'amélioration des techniques et l'extension des moyens, en partie liés aux lois de décentralisation.

Les débuts de la communication "consistaient à donner des images de collectivités locales, images parfois d'Epinal, dans la mesure où de nombreuses villes étaient « des carrefours de l'Europe » desservies par le TGV, riches d'un patrimoine historique et qui développaient un technopôle...Il s'agissait aussi de promouvoir les services d'aides sociales, de logements, de transports, d'équipements scolaires, de vanter les opérations d'aménagements, les réalisations d'infrastructure routières, la protection de l'environnement et du cadre de vie..." (Lagadec, 2005)

Aujourd'hui les collectivités « ont plus comme rôle de répondre à une communication de proximité, d'accueil et de relation » (Lagadec, 2005). Par exemple la presse locale et notamment le bulletin municipal est mis en place pour informer l'habitant. D'ailleurs, les français sollicitent beaucoup ce type d'information. Une relation indirecte est ainsi créée. L'habitant est mis au courant de ce qui se passe dans la ville, des projets réalisés et des politiques adoptées par la collectivité qui elle, de cette manière essaie de prouver son dynamisme et d'associer la population à ses actions.

Néanmoins, le but principal de la communication des collectivités est de rendre le territoire attractif, tant pour les entreprises que pour les touristes et les nouveaux habitants. Pour parvenir à ce but, elle doit se démarquer par rapports aux autres, démontrer son dynamisme.

Il existe de nombreux outils de communication utilisés par les collectivités pour valoriser leurs territoires : publicité, lettre d'information, magazines, médias (télévisions, presse, radio, Internet). Toutefois, la communication passe aussi par les relations publiques, stands dans des salons etc.

D'après George Benko, Maître de Conférences à l'Université de Paris I-Panthéon Sorbonne, aujourd'hui « les campagnes de communication des collectivités territoriales se généralisent et côtoient celles des marques de grande consommation, tant en publicité rédactionnelle qu'en affichage. Le fait qu'une région ou une commune se façonne une image auprès du grand public et se dote d'outils de communication tels que des slogans ou des logos n'étonne plus guère. La communication territoriale se banalise. »

E)Le marketing territorial

Tout d'abord il semble nécessaire de noter que le terme de marketing a été utilisé initialement dans le champ de l'entreprise. De manière très succincte il se définit comme l'« ensemble des méthodes et des moyens dont dispose une organisation pour promouvoir, dans les publics auxquels elle s'intéresse, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs. Le marketing crée de la valeur économique pour l'entreprise en créant, révélant ou promouvant de la valeur pour leurs clients. »(source : www.mercator.fr)

Depuis quelques années, ce terme tend à se développer, même aux domaines non marchand, et notamment dans le cadre des collectivités avec le marketing territorial.

Fabrice Hatem dans *Le marketing territorial-principes, méthodes et pratiques* affirme qu'« il existe une différence fondamentale entre la démarche commerciale d'une entreprise et le marketing territorial. L'entreprise, en effet, cherche à vendre, dans de bonnes conditions de rentabilité, des objets conçus et fabriqués par elle. Le marketing territorial, pour sa part, a pour but de favoriser l'établissement de liens économiques durables et mutuellement profitables entre des entreprises extérieures et les acteurs du territoire d'accueil, notamment à travers l'implantation de ces firmes sur le territoire. » La définition donnée par cet auteur met bien en avant l'aspect économique du marketing territorial.

Georges Benko, dans *Villes et stratégies de communication et marketing urbain* parle de la confusion faite par de nombreux journalistes et acteurs entre le marketing territorial et le marketing politique. La différence entre les deux est qu'au lieu de promouvoir un territoire, et donc faire du marketing territorial qui s'inscrit dans une "stratégie de parcours", donc dans la continuité temporelle, en marketing politique les actions de communication valorisaient et justifiaient les actions et projets des différents candidats en vue d'assurer leur propre promotion et soutenir leur réélection. Mais depuis les années 90 le marketing est devenu plus professionnel. Michel Lussault remarque d'ailleurs dans *Tours : images de la ville et politique urbaine* que « communiquer ne doit pas être considéré comme un alignement à une mode artificielle et superfétatoire mais comme un moyen politique, au sens étymologique du terme, c'est-à-dire dépassant, et de loin, le seul souci électoral ».

Parmi les nombreux auteurs qui ont étudié le marketing territorial on peut mentionner Patrice Noisette pour qui « le marketing territorial n'est pas de la communication mais une manière de penser et de mettre en œuvre une politique territoriale de développement dans un contexte de marché » ou bien Muriel Rozemberg qui présente le marketing sous la forme d'un discours de la part de la ville en vue de promouvoir ses projets : « C'est préciser comment la communication assure l'efficacité du projet, comment le projet inclut l'activité de communication, comment il produit la communication ».

L'auteur géographe Michel Lussault définit le marketing territorial de la manière suivante : « on gère la ville tel un produit qu'on veut placer au mieux dans l'espace médiatique supposé être la clef du susdit marché ».

Comme il a été mentionné auparavant le but principal du marketing territorial est l'attractivité des villes, c'est-à-dire leur capacité à attirer les entreprises et les personnes. Plusieurs facteurs proprement urbains sont à prendre en compte. A côté de ces facteurs quantifiables, (démographie, taux de fiscalité locaux, services, formation professionnelle, offre des locaux, etc.), des critères comme l'image, l'identité, les représentations de l'espace urbain jouent un rôle déterminant. En ce sens, les politiques locales culturelles, urbanistiques ou sociales peuvent ainsi participer au développement économique de la ville. Concernant les entreprises, elles attendent d'une ville qu'elle leur apporte les meilleurs facteurs de compétitivité (facteurs dont les entreprises elles mêmes font partie).

Il convient de signaler que dans le cadre de ce travail de recherche on s'attache à la définition du marketing urbain qui consiste en la promotion d'une image de territoire.

F) Les sites internet de villes : outils de marketing territorial

Le marketing territorial s'est développé en réponse à la concurrence rude entre les villes, pour séduire tant des personnes que des entreprises. Les collectivités emploient une grande variété d'outils de communication qui s'inscrivent dans des stratégies de marketing urbain. Néanmoins, les collectivités doivent s'adapter aux évolutions et aux progrès des technologies de l'information. En conséquence, l'intégration des sites internet parmi leurs outils de communication est inéluctable. Les sites internet sont utilisés dans l'optique de créer et de promouvoir une image de ville.

Le premier pas dans la réalisation d'un site internet consiste à faire un état des lieux de la ville en vue de mettre en évidence ses avantages, en d'autres mots faire une « analyse concurrentielle du territoire » (Lagadec, 2005). Cette étape correspond, si l'on parle en termes d'entreprise, au « benchmarking » : étudier et analyser les techniques de gestion, les modes d'organisation des autres entreprises afin de s'en inspirer et d'en retirer le meilleur.

En fonction des résultats obtenus, l'étape suivante est d'établir les objectifs de la ville, l'image qu'elle veut donner, et cela en fonction de la politique adoptée. Dans le monde des entreprises le « prébenchmarking » coïncide avec cette étape.

Par la suite la ville est chargée de mettre en place des outils de promotion de cette image qu'elle veut donner. C'est le « postbenchmarking ». Elle élabore alors le site internet.

A travers le site, la collectivité met donc en avant des informations sur la ville sous un aspect valorisant mais également des services comme par exemple différents formulaires à télécharger ou bien des informations utiles pour une éventuelle installation dans la ville ou concernant les services pour l'enfance. Les sites offrent également la possibilité de s'exprimer par exemple à travers des forums.

De ce fait, le site internet de ville est considéré comme un outil de marketing territorial.

Aujourd'hui les sites internet de villes ciblent de préférence les habitants contrairement au tout début où étaient privilégiés les nouveaux arrivants et les entreprises. Ils sont dans une perspective de proximité avec les habitants, de répondre à leur besoins. Cela s'explique aussi par le fait que les habitants sont eux de plus en plus dotés en matériel informatique et donc accèdent facilement au réseau d'information numérique. Cette évolution en matière de politique de communication à travers les sites internet est mise en avant en 2005 par Magalie Lagadec dans son mémoire de recherche : "les sites internet des collectivités répondent tout à fait à ce type de « marketing de promotion par l'intérieur » dont les villes ont aujourd'hui besoin pour assurer leur développement." En effet, qui d'autre que les habitants, séduits par leur ville, peuvent mieux en faire la promotion à l'extérieur.

A)Images de la ville

a. Les formes d'images de la ville

En ce qui concerne les villes, différentes formes d'images circulent. D'après Georges Benko il existe cinq catégories :

- la première est transmise par des créations artistiques appartenant aux peintres, photographes etc. ; on parle ici d'une représentation artistique/esthétique
- la deuxième c'est l'image renvoyée par la télévision, la presse, la radio ; il s'agit d'une représentation médiatique qui à l'heure actuelle possède le poids le plus important dans la formation globale de l'espace ; cette image se forme en fonction des événements positifs ou négatifs mis en avant par les médias ;
- la troisième catégorie représente une image créée à partir des études ou de rapports (sociologiques, économiques, historiques) dans un but de rationaliser l'image ; on peut qualifier cette représentation de « scientifique » ;
- la quatrième catégorie est représentée par l'image construite par les hommes politiques ; on distingue ici le marketing politique et le marketing territorial
- la dernière catégorie c'est l'image qui se crée spontanément, elle est la conséquence de l'appropriation de l'espace par ses habitants ; on parle ici d'espace vécu.

b. Les fondements de l'image de la ville

Michel Lussault dans son ouvrage sur la ville de Tours identifie trois structures fondamentales de l'image :

- la structure historique qui donne le caractère général, le « style de l'image »
- la structure géographique préexistante ; il s'agit de l'image patrimoniale de la ville en tant qu'être géographique, qui préexiste à la période actuelle ; elle constitue le socle du récit
- la structure politique qui concerne les modalités de l'action municipale

Les trois fondements à leur tour assument une triple fonction : identitaire, explicative du présent et instrumentale performative.

La fonction identitaire concerne l'appartenance des habitants à la cité.

La fonction explicative fait passer de l'identité à la compréhension, permettant la lecture de l'état actuel de la cité dans sa triple dimension temporelle, spatiale et sociale.

En ce qui concerne la fonction instrumentale, il s'agit grâce au récit et compte tenu des données représentées préexistantes à la politique envisagée, de tracer des perspectives de réalisations concrètes, de construire l'avenir de la ville en respectant sa « personnalité » citadine.

Pour cet auteur géographe « l'image de Tours, n'est pas Tours mais une superstructure idéale qui contribue à donner le sens social de l'infrastructure matérielle - l'espace par cela

transformé - et a fournir une partie des référents aux pratiques des élus, des spécialistes de la ville et des habitants. » et plus précisément cette superstructure idéale « confère des significations non pas en fonction de purs fantasmes mais compte tenu, aussi, de l'état de l'infrastructure. La représentation n'est pas un simple reflet du réel, mais bien un schéma explicatif, un produit social complexe qui naît de l'articulation intime, de la dialectique permanente de l'idéal et du matériel ».

c. L'image stratégique au service du marketing urbain

Les images urbaines sont devenues des éléments fondamentaux en matière de communication. De nos jours chaque ville, dans un souci de « soigner son image » utilise une grande variété d'outils de promotion. En effet, l'image semble être « un outil privilégié du marketing urbain car elle répond aux attentes fixées : donner une information simple, ciblée et attirante. Or l'image par ses caractéristiques, semble être un bon moyen de promouvoir l'action de la ville. Les décideurs ne se contentent plus de savoir faire mais ils s'attachent à le faire savoir ». (Bauducel, 2003)

Muriel Rosenberg dans *Le marketing urbain en question* associe l'image de la ville à un discours : "l'image « fabriquée » constitue un discours de la ville sur elle même, adressé à l'extérieur et à l'intérieur. Elle est produite par les acteurs urbains dans et par l'image publicitaire mais aussi par la presse municipale, les interviews des édiles. Les événements sportifs destinés à asseoir la renommée de la ville par la médiatisation qui les entourent, participent à l'image de la ville, à une représentation de la ville. L'image dont nous parlons, à moins d'être confondue avec le reflet de la ville, est en effet une représentation : elle porte les représentations de ceux qui la produisent, elle agit peut être sur les représentations de ceux qui la reçoivent. Et puisque l'image dont il s'agit n'est pas l'image construite spontanément dans une relation subjective au monde, c'est une image produite volontairement, elle doit être lue comme discours." (Rosenberg, 2000)

B) Les « métropoles d'équilibre »

« L'expression est utilisée en France dans les années 60 pour désigner une ville ou une agglomération susceptible de constituer un contrepoids économique et démographique face à la région urbaine dominante de Paris. La métropole d'équilibre doit attirer activités et habitants afin de constituer un pôle de développement compétitif dans le cadre de la politique d'aménagement du territoire. Elle doit restructurer et renforcer l'armature urbaine du territoire national. En 1963 la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR) a retenu huit métropoles chargées de faire équilibre à la région parisienne : Lyon-Saint-Etienne-Grenoble ; Marseille-Aix ; Lille-Roubaix-Tourcoing ; Bordeaux ; Toulouse ; Strasbourg ; Nancy-Metz ; Nantes-Saint-Nazaire. » (Cf. Centre de documentation de l'urbanisme)

Cette politique de développement regroupe différentes mesures ou opérations développées pendant près de quinze ans : création imposée des communautés urbaines à Lille, Lyon, Bordeaux et Strasbourg, développement de « centres directionnels » tertiaires

(Mériadeck à Bordeaux, La Part-Dieu à Lyon, le Forum à Lille,...), implantation des grands équipements (métro, aéroport), création des OREAM (Organisme d'études et d'aménagement d'aire métropolitaine) autour des grandes métropoles, villes nouvelles des trois grandes métropoles provinciales (L'Isle d'Abeau entre Lyon et Grenoble, Rives de l'Etang de Berre à Marseille, Villeneuve d'Ascq à Lille)...Avec la disparition des OREAM en 1983 s'éteint le discours sur les métropoles d'équilibre, en fait déjà occulté depuis l'émergence de « la crise » (crise économique dite « structurelle ») au milieu des années 1970, sans que l'écart entre Paris/Ile-de-France et le reste du pays ne se réduise réellement.

C) Les notions de « métropole » et « métropolisation »

a. Métropole

Etymologiquement, une métropole est une ville-mère. La métropole ne correspond pas à une notion fixée par une norme, comme peut l'être l'aire urbaine de l'INSEE, aussi discutable soit-elle dans certaines de ses applications. Au contraire il s'agit d'un concept flou, qui peut être utilisé dans des sens politiques multiples. C'était déjà le cas avec les anciennes « métropoles d'équilibre », qui 40 ans après, constituent encore une liste de références pour la définition des principales métropoles régionales.

Concernant la notion de métropole "l'idée largement partagée dans la communauté scientifique renvoie à la nature et à l'intensité des échanges internationaux d'une ville. En prenant ce critère international il est intéressant de suivre la piste que proposait Marcel Roncayolo il y a quelques années : « le rang métropolitain se mesure peut-être moins aux fonctions et équipements que l'on trouve banalement dans chaque grande ville, avec homogénéité et répétition, qu'à la détection de mécanismes et volontés de changement, d'innovation, de mobilité- bref d'un jeu d'acteurs dont les institutions et moyens matériels n'expliquent pas ipso facto les défaillances ou les réussites. En cela les métropoles, même relais, touchent aux caractères des plus grandes villes. Or ce n'est pas nécessairement à l'intérieur de l'espace métropolitain que ces éléments de changement se trouvent, se négocient, s'apprennent. Les rapports avec le monde extérieur deviennent essentiels." (Dictionnaire *La ville et l'urbain*, 2006)

En effet, « l'un des ressorts essentiels pour le développement de la métropole tient en la capacité des acteurs « inter agissants » du territoire métropolitain de formaliser une stratégie et de porter un projet. Cela rend compte d'une vision partagée du devenir de leur territoire de la part des acteurs politiques, économiques, et de la société civile. Ce consensus métropolitain implique l'identification à certaines valeurs générées par le modèle de développement métropolitain : reconnaissance internationale de la métropole, développement des secteurs d'activité à fort contenu métropolitain, connexion au réseau décisionnel mondial ... » (Didier Paris, *Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains*, 2007)

b. Métropolisation

Le concept de métropolisation est tout aussi ambivalent comme celui de métropole. Cependant, la communauté scientifique internationale est relativement unanime pour considérer la métropolisation comme un ensemble de processus dynamiques qui transforment une ville en métropole.

Comme il a été mentionné précédemment, la métropole représente un lieu communicant dans le réseau décisionnel mondial. Alors si « les métropoles sont par excellence les pôles urbains connectés à ce réseau la métropolisation serait alors le processus qui permettrait la connexion à ce réseau. » (Didier Paris, Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains, 2007)

Il existe de nombreuses approches concernant le processus de métropolisation et cela inclut des divergences de propos. Parmi les auteurs les plus connus qui ont écrit sur ce sujet on peut citer Veltz, Bonneville, Gachelin, Sallez etc.

Par exemple pour Gachelin « l'apparition du processus de métropolisation est liée à la réalisation d'un ensemble d'actions déclenchant des effets de seuil qualitatifs et quantitatifs (investissement dans l'immobilier d'entreprise, les infrastructures aéroportuaires...). Quant à Sallez, il affirme que "la métropole s'apparente plus à une « ville réseau » qu'à une « ville pôle »."

c. Distinction métropole/métropolisation

Malgré d'innombrables travaux, en France et à l'étranger, sur les métropoles et les phénomènes de métropolisation, l'accord est loin d'être unanime sur la définition de ces deux termes.

Cependant, en 1995, une enquête internationale sur le concept et les formes de métropolisation a été mise en place. L'objectif de cette enquête consistait en un éclairage sur la polysémie de ces notions en élargissant la réflexion à des membres de la communauté scientifique internationale. Ces derniers ont été soumis à des questionnaires dont l'analyse met bien en évidence la distinction métropole (plutôt un état avec certaines propriétés et attributs...) - métropolisation (plutôt un mouvement global) qui se dessinent bien dans le choix des mots qui a été fait :

- « Le champ couvert : pour définir la notion de métropole, la référence reste plutôt la ville (agglomération urbaine), alors que la métropolisation fait surtout appel à l'espace (spatial).
- Les critères organisationnels : pour la métropole, on parle d'ensemble, de diversité, de taille ; ces critères sont complétés par des références géo-stratégiques : pays, région. Les représentations de la métropolisation font apparaître son cadre et ses modalités d'exercice : système, mondialisation, constituer, intégrer.
- Une finalité pour la métropole : dominer.

- Les composantes structurelles sont à nouveau détaillées : information, service, flux, échanges, culturel, social, politique pour la métropole ; l'économie, l'homme pour la métropolisation.
- Un certain nombre de qualités sont aussi évoquées : supérieur, puissant pour la métropole ; nouveau, différent, métropolitain pour la métropolisation.
- La représentation plutôt dynamique du phénomène de métropolisation se confirme avec l'usage des termes : mener, devenir, intégrer, croissant, renforcement, tendance, création, développement. » (Lacour, Puissant, 1999)

D) Les dix dynamiques à l'œuvre dans les processus de métropolisation

Suite à une étude approfondie de 11 agglomérations, à des stades divers de métropolisation, analysées en Europe, aux USA et au Japon, dix dynamiques simultanées à l'œuvre dans les processus de métropolisation ont été mis en évidence:

"1. Les effets de seuil

« L'apparition du processus de métropolisation est lié à la réalisation d'un ensemble d'actions et notamment d'investissements, déclenchant des effets de seuil (.) qualitatifs et quantitatifs. Ils concernent une gamme étendue d'interventions : surface disponible en immeubles de bureaux, hôtels, aéroports, mutation des universités dans un sens qualitatif. L'exemple caractéristique (.) est l'investissement sur l'aéroport(.).»

2. Le choix de la qualité

Le processus de métropolisation s'accompagne d'un choix décisif dans le sens de la qualité : c'est l'investissement de haut de gamme qui fait la métropole. Son expression visuelle est la qualité architecturale, tant de la ville que des zones d'activités, mais partout s'affirme la puissance de la qualité de l'offre culturelle. Il en est de même de la qualité de l'habitat et du cadre de vie, car l'un des facteurs les plus puissants d'attractivité, donc d'émergence d'une agglomération en tant que métropole, est la qualité de la vie qu'elle offre et le coût d'accès à cette qualité.

3. Une nouvelle image urbaine à créer

La date du démarrage du processus est souvent un nouveau signe urbain.(.) Si le nouvel immeuble ou la nouvelle opération d'urbanisme devient le nouveau symbole de la ville, le rôle de la nouvelle image urbaine est d'une autre ampleur : devenir une métropole, c'est avoir changé d'image.

4. L'accessibilité constitue un facteur décisif pour le développement de la fonction internationale, de la fonction d'affaires et de celle de congrès

Dans tous les cas étudiés, l'investissement d'accessibilité majeur est l'aéroport. Il apparaît certain que le grand aéroport moderne est la clef de la métropolisation. Il crée notamment la fonction de porte d'entrée (« gateway ») toujours associée à la fonction

internationale. Sa présence, par ailleurs, joue un rôle décisif dans la nouvelle structure spatiale de la ville.

Cet investissement est conforté par le carrefour autoroutier et la desserte par TGV. Le carrefour TGV et la qualité de la liaison gare TGV - aéroport sont des investissements décisifs.

5. La mise en place d'une nouvelle structure spatiale, dont les principales composantes sont :

- l'évolution des fonctions et de l'image du centre ;
- la rapide mutation de la périphérie du centre, devenant espace de localisation pour des activités à haute valeur ajoutée ; la métropole concentre des services tertiaires supérieures.
- le rôle décisif des transports en commun dans la mutation spatiale, (dont) l'extension suit ou précède l'extension urbaine. C'est notamment sur les stations de métro que se localisent les nouveaux quartiers d'affaires et les nouvelles générations de centres commerciaux ;
- l'organisation de l'espace en fonction de rocade, qui sont le lieu d'implantation de parcs d'activité et de nouvelles zones d'habitat : la recherche d'une nouvelle génération de couple habitat – travail est générale ;
- la généralisation des « corridors de développement » dont les principaux gateways relient l'aéroport à la ville.

6. La capacité à gérer le grand événementiel

Grand congrès, grande manifestation sportive, événement culturel majeur (..) ne sont des « facteurs de métropolisation » que si la ville sait en assurer la gestion pour en faire un facteur de développement. L'un des vecteurs de métropolisation est la transformation de la métropole en ville attractive et par conséquent en ville touristique où le développement du tourisme multifonctions constitue l'un des processus de métropolisation.

7. L'émergence d'un pouvoir métropolitain

Il n'existe pas d'exemple de métropolisation qui se soit réalisée sans consensus et sans l'apparition d'un pouvoir métropolitain formel ou informel. Le consensus se traduit par la création d'une structure métropolitaine couvrant la ville et l'aire de métropolisation.

8. La fonction internationale

La métropole est une ville internationale. Dépendant de l'accessibilité de la ville aux échanges internationaux, cette fonction majeure est très diverse : fonctions d'affaires internationales, insertion de l'université dans des recherches au niveau mondial, etc.

9. Les dynamiques

Le développement de la métropole est multifonctions. Les dynamiques de métropolisation sont marquées par :

-le rôle déterminant du partenariat public – privé souvent fortement structuré

-la mutation décisive de l'Université dans le sens de son implication dans le développement, grâce à des évolutions structurelles ou à des programmes orientés.

10. La gestion de la métropolisation

La gestion de la métropole doit être conçue et mise en œuvre en même temps qu'est effectué le développement, ce fait montre l'intérêt de réfléchir à des schémas évolutifs." (CERTU, *Les processus de métropolisation*, 2001)

D) Classement des métropoles françaises

La métropolisation, phénomène mondial, concerne le territoire français et ses métropoles.

Les études faites par R. Brunet et P. Cicille avec C. Rozenblat pour la Délégation Interministérielle à l'aménagement et à la Compétitivité des Territoires (DIACT) sur les métropoles ont conduit à distinguer plusieurs niveaux.

Paris occupe, bien évidemment, la première place. Avec près de 10 millions d'habitants, elle se définit comme métropole internationale, c'est-à-dire une « agglomération de très grande importance disposant d'un rayonnement mondial ».

La capitale est suivie par les « métropoles européennes » qui par les fonctions exercées elles détiennent un rayonnement de niveau continental. Parmi ces métropoles on distingue celles qui comptent plus d'un million d'habitants (Lyon, Marseille et Lille) et celles comptant moins d'un million d'habitants : il s'agit de Nice, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Strasbourg et Grenoble. Ces dernières comptent des agglomérations de 400 000 habitants hormis Grenoble dont le rayonnement est attesté entre autres par la présence d'importants centres de recherche.

La catégorie inférieure à celle des métropoles européennes est nommée par G-F Dumont dans *Les métropoles régionales intermédiaires en France : quelle attractivité ?* celle des métropoles intermédiaires. Ce type de métropoles dispose d'un rayonnement inférieur aux précédentes. Elles détiennent des unités urbaines de 200.000 à 550.000 habitants et "les fonctions économiques, qui se trouvent à l'origine de leur attractivité et de leur rayonnement transnationaux, sont d'un niveau tel qu'il ne permet pas de les ranger dans la classe des métropoles « européennes »" (Dumont, 2007). Dix-neuf agglomérations françaises peuvent être définies comme métropoles intermédiaires (Toulon, Nancy, Metz, Saint-Etienne, Tours etc.).

E) Le marketing métropolitain

"Le souci de communication et d'image de marque est devenu l'une des principales lignes d'action de tous les responsables des métropoles internationales depuis le début des années 1990. L'information « dans » la métropole et la communication « sur » la métropole connaissent en effet une véritable explosion qui s'explique par au moins trois raisons. Il y a eu

en premier lieu le rôle d'une certaine évolution sociétale, qui se manifeste par une demande accrue des populations et des acteurs locaux d'être informés des projets et associés aux décisions concernant leur métropole. La mondialisation ensuite, qui, en renforçant la concurrence et l'exigence d'attractivité et de compétitivité au sein de l'archipel métropolitain, a imposé aux métropoles une activité promotionnelle que seules quelques-unes pratiquaient jusqu'alors. Et enfin le développement des TIC, qui est à la fois cause et conséquence de cette même activité, ainsi que plus spécifiquement du souci de développement économique.

Un nouveau « marketing métropolitain » se répand aujourd'hui dans tout le monde métropolitain à travers deux grands volets. D'une part, les nouveaux modes d'information et de participation de la population, via notamment la communication sur internet, et d'autre part la recherche de l'attractivité métropolitaine, par l'organisation de grands événements sportifs et culturels ou par divers types d'aménagements et de constructions." (Antier, 2005)

Auparavant on a souligné que le sens du marketing territorial adopté dans ce travail de recherche est celui d'une promotion d'une image de territoire et en l'occurrence de la ville. Alors, le marketing métropolitain est associé à la promotion d'une image de métropole.

Le schéma suivant présente l'emploi du marketing métropolitain au niveau des sites internet de villes :

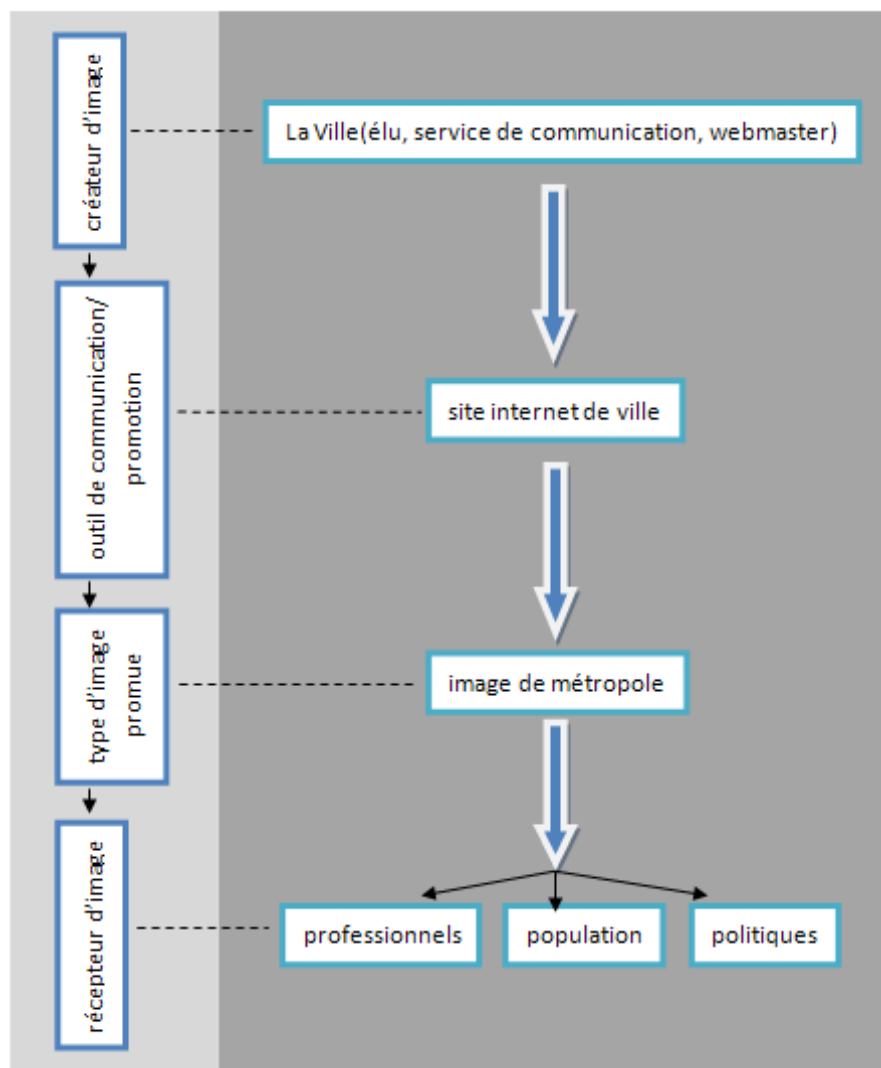


Fig. 1 : Schéma marketing métropolitain

Réalisation : Roxana Maruntel

Deuxième partie : Méthodologie

1.Cas d'étude

A)Villes des sites internet étudiés

Les vingt villes dont les sites internet constituent les cas d'étude de ce travail de recherche, sont les suivantes : Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nancy, Nantes, Nice, Orléans, Reims, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse et Tours. Ces villes sont considérées métropoles, européennes ou intermédiaires, d'après le classement cité dans le premier chapitre « Contexte et éléments de définition ».

La localisation des villes au sein de l'espace national est présentée par la carte suivante :



Fig.2 : Localisation des villes

Source : www.aggloannuaire.com

B) Structure et webdesign des sites internet de villes

Dans cette partie nous allons présenter quelques caractéristiques des sites internet de ville et plus précisément nous allons nous intéresser à la structure des pages d'accueil et à quelques éléments de webdesign spécifiques aux sites internet de villes. Cette approche est réalisée afin de mieux comprendre la construction de la grille de lecture et la pondération adoptée. Éléments qui seront développés par la suite.

La structure traditionnelle d'une page web prend la forme suivante :

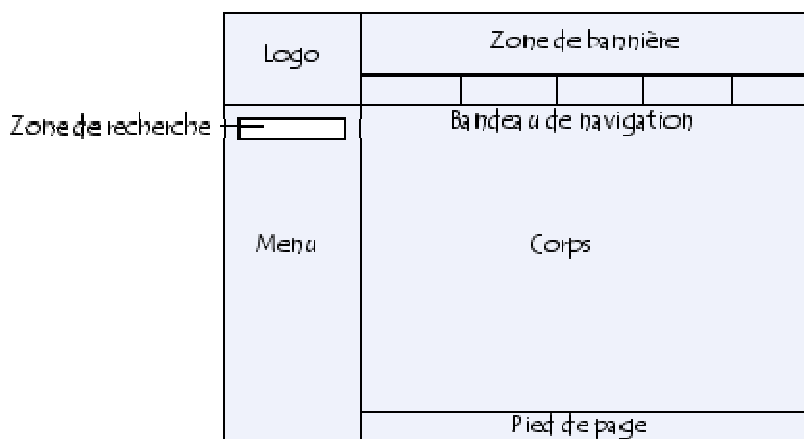


Fig.3 : Structure page web

Source : www.commentcamarche.net

La structure des sites internet de villes est très variable commençant par l'en-tête. Ce dernier contient en règle générale le nom de la ville, éventuellement un logo et/ou un slogan, également un bandeau de navigation et une zone prévue pour une bannière (publicitaire ou non). En fonction du site internet, la zone de bannière évolue, surtout quand il s'agit d'une zone de bannière comportant une publicité ou des photos. La plupart du temps le logo est cliquable et mène à la page d'accueil.



Fig.4 : En-tête site internet de Marseille

Source : www.marseille.fr



Fig.5 : En-tête site internet de Bordeaux

Source : www.bordeaux.fr

Le bandeau de navigation contient des liens appelés, dans cette situation précise, des thématiques qui généralement représentent des éléments invariables, c'est-à-dire identiques sur toutes les pages web.

Quant au corps de page, il contient l'essentiel de l'information. Dans le cas des pages d'accueil des sites internet de villes, cette partie centrale est consacrée, habituellement, aux actualités de la ville.

Le menu, situé à gauche ou à droite ou parfois des deux côtés, est constitué, dans la majorité des cas, des liens que l'on ne retrouve pas forcément dans les thématiques du bandeau de navigation, ou bien des liens qui offrent des services (ex : démarches administratives).



Fig.6 : Page d'accueil site internet de Metz

Source : www.mairie-metz.fr



Fig.7 : Page d'accueil site internet de Nantes

Source : www.nantes.fr

Concernant le pied de page, il regroupe des informations utiles telles que la date de mise à jour, un lien vers un formulaire de contact, un plan d'accès, etc. En matière de webdesign, la présence de la silhouette urbaine de la ville au niveau du pied de page est un élément spécifique des sites internet de villes.

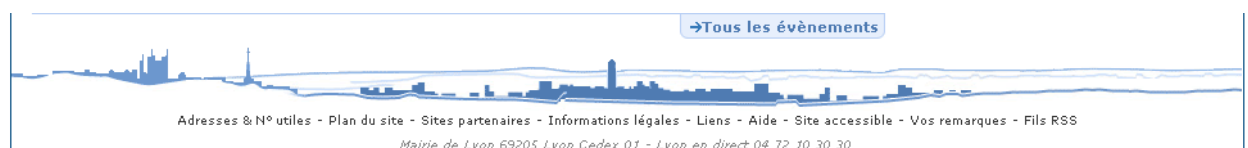


Fig.8 : Pied de page site internet de Lyon

Source : www.lyon.fr



Fig.9 : Pied de page site internet de Lille

Source : www.mairie-lille.fr

D'autres éléments spécifiques aux pages d'accueil des sites internet de villes sont : des affiches « Ville candidate Capitale européenne de la culture 2013 » et UNESCO, des labels obtenus par la ville et des cartes interactives présentant les quartiers de la ville.



Fig.10 : Affiches : Ville candidate Capitale européenne de la culture 2013 et UNESCO

Source : www.lyon.fr, www.bordeaux.fr



Fig.11 : Labels sur la page d'accueil

Source : www.ville-grenoble.fr, www.montpellier.fr

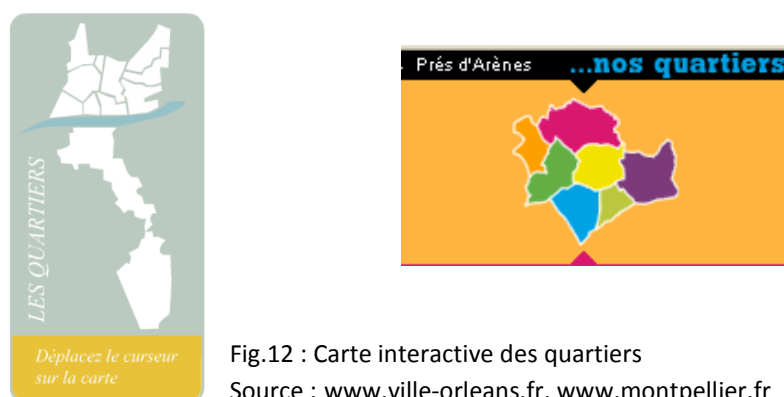


Fig.12 : Carte interactive des quartiers

Source : www.ville-orleans.fr, www.montpellier.fr

A)Réalisation de la grille de lecture

Afin de réaliser cette étude sur les sites internet de villes, il a été nécessaire de mettre en place une méthodologie. Cette dernière consiste à élaborer une grille de lecture qui pourra être appliquée à tous les sites internet de villes et à l'aide de laquelle on pourra affirmer ou infirmer l'hypothèse posée pour répondre à la problématique mise en avant dans le cadre de ce travail de recherche.

La grille est un bon outil d'observation car elle reprend de manière très sélective les différentes catégories d'éléments à examiner. L'observation, en tant que méthode scientifique permet une certaine systématisation et une attention particulière à des situations précises, à un ensemble de faits, d'objets et de pratiques.

De nombreuses grilles de critères existent et sont disponibles sur le Web ou dans des ouvrages spécialisés. Par exemple, L'Agence Régionale de Technologies et de la Société de l'Information de l'Île de France (ARTESI) élabore des grilles d'analyse de sites internet des collectivités qui prennent le parti du lecteur (internaute) pour décrire l'ensemble des services pouvant ou devant être offerts dans l'avenir par les "Portails de Ville". Par contre, pour ce travail de recherche il a été choisi de créer une grille d'analyse des sites internet de villes qui contient des critères mettant en avant le statut de métropole des villes ou autrement dit qui servent à afficher une image de métropole.

La construction de la grille de lecture s'est déroulée en deux étapes :

La première étape a consisté à réaliser une liste de critères qui s'appuie essentiellement sur l'étude (voir page n°15) approfondie des 11 agglomérations à des stades divers de métropolisation, étude qui a mis en évidence 10 dynamiques à l'œuvre dans les processus de métropolisation. Bien évidemment, les critères ont été établis à partir des dix dynamiques étudiées dans une optique statique et non pas de mouvement qui caractérise les dynamiques en général. Cette liste de critères se base également sur les différentes lectures effectuées.

La deuxième étape repose sur une « quête » de critères au sein des vingt sites internet de ville.

En conséquence, la grille de lecture a été élaborée en fonction des critères appartenant à la liste initiale et de l'analyse des vingt sites internet de ville. On a adopté ici une méthode hypothético-déductive qui consiste, de manière générale, à interpréter un phénomène à partir d'un modèle explicatif fondé sur des hypothèses initiales que l'on modifie en fonction des résultats de la confrontation avec la réalité.

Les critères présents dans cette grille sont regroupés en neuf rubriques : « Qualité de vie », « Innovation/Recherche », « Grands projets », « Fonction Internationale », « Accessibilité », « Grand événementiel », « Métropole/Labels », « Tourisme » et « Service Tertiaires Supérieurs ». Ces rubriques ne possèdent pas forcément le même nombre de critères et parfois on retrouve des critères qui ont la même appellation que la rubrique dont il font partie.

Il semble nécessaire de souligner que les critères qui composent la grille ne concernent pas la quantité. En conséquence, il n'existe pas de critères qui ont rapport au nombre des

étudiants, des universités ou des événements culturels proposés par la ville à travers le site internet. D'ailleurs, on privilégie ici les critères qui différencient les sites entre elles. Par exemple au sein de la rubrique « Service Tertiaires Supérieurs » on trouve le critère <Quartier d'affaires international> et non pas simplement <Quartier d'affaires>.

B) Pondération des critères

Le parti pris de cette étude est de prendre en considération l'ordre de priorité donné aux critères. Pour cela une pondération a été mise en place.

On part du principe que la page d'accueil représente la « carte de visite » du site internet de ville et en conséquence les éléments qui y sont situés sont prioritaires. La page d'accueil dévoile donc les stratégies d'affichage employées par les villes.

Trois situations se distinguent :

- Le critère est présent sur la page d'accueil en tant que thématique et dans ce cas on lui affecte un nombre de points maximum égal à trois ;
- Le critère est affiché en tant que sous-thématique ou présent dans le contenu et dans ce cas on lui affecte un point . Initialement, en vue de distinguer l'ordre de priorité des critères, il avait été prévu d'établir quatre catégories de positionnement : thématique, sous-thématique, contenu et affiche. Le choix de regrouper sous-thématique et contenu est dû à la complexité des sites internet concernant les sous-thématiques et les sous-sous-thématiques ; un critère est positionné dans le contenu, si on le retrouve après être passé par une sous-thématique ;
- Le critère est présent en tant qu'affiche sur la page d'accueil et dans ce cas on lui affecte trois points ; exemple d'affiche : ville candidate Capitale européenne de la culture en 2013 et UNESCO

GRILLE DE LECTURE	Thématique (3 pts)	Sous- thématique/ Contenu(1 pt)	Affiche sur page d'accueil(3 pts)
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissements de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			

Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet :évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison des Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex :Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens(ex: Casino, Michelin)			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international			
TGV			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			

Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole/Labels			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain :Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole, Nantes Métropole)			
Tourisme			
Hébergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement «patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

Fig.13 : Grille de lecture

Réalisation : Roxana MARUNTEL

Après avoir établi la grille de lecture et la pondération, le pas suivant a été de soumettre tous les vingt sites internet de villes à cette grille. Les résultats obtenus sont présentés en annexe de cette étude. En ce qui concerne l'analyse des résultats, elle est développée dans le chapitre suivant.

Troisième partie : Analyse des résultats

1. Résultats des rubriques

Le tableau suivant montre les points acquis par chaque rubrique suite à l'application de la grille de lecture aux vingt sites internet de ville.

Rubrique	Nombre de points
International	93
Qualité de vie	91
Accessibilité	90
Métropole/Labels	58
Tourisme	32
Grands projets	25
Innovation/Recherche	23
Grand événementiel	20
Tertiaire supérieur	3

Fig.14 : Tableau résultats des rubriques

Les rubriques qui ont obtenu le plus de points sont « Fonction Internationale », « Accessibilité » et « Qualité de vie ». Il semble intéressant de noter que malgré le fait que la rubrique « Fonction Internationale » détient le nombre de critères le plus élevé, « Accessibilité » et « Qualité de vie » ont obtenu un score aussi important. Cela est du, bien évidemment, à la prise en compte de l'ordre d'affichage des critères. On peut également affirmer que les sites internet de villes analysés, mettent en avant une image de métropole de manière directe, dans une proportion assez importante. En effet, la rubrique « Métropole/Labels » se situe juste après les trois premières. Quant aux rubriques « Tourisme », « Grands projets », « Innovation/Recherche » et « Grand événementiel », elles sont mises moins en évidence. Finalement la rubrique « Tertiaire Supérieur » accumule le nombre de points minimum. Elle est composée de seulement deux critères qui sont affichés par peu de sites internet.

Grâce aux résultats obtenus on peut affirmer que les villes mettent en avant surtout une image de métropole qui passe par un renforcement de la fonction internationale et par la garantie d'une qualité de vie, requise par une société marquée par des changements de modes de vie, et la garantie d'une accessibilité qui permet de satisfaire le besoin de mobilité devenu indispensable à l'heure actuelle.

Dans un premier temps, dans le chapitre « Analyse des résultats », nous allons étudier les spécificités de l'image de métropole en analysant les résultats des sites par rubrique.

Deuxièmement, en vue d'une mise en évidence de types d'image de métropole, on traitera les résultats obtenus par chaque site internet de ville.

Dernièrement, un classement des vingt sites internet de ville est réalisé afin de montrer le niveau d'affichage d'une image de métropole des sites internet de villes analysés.

2.Spécificités de l'image de métropole

Un premier point intéressant à analyser consiste à regarder pour chaque rubrique quelles sont les villes qui se distinguent et en même temps essayer d'établir des catégories par rapport au degré d'affichage des rubriques.

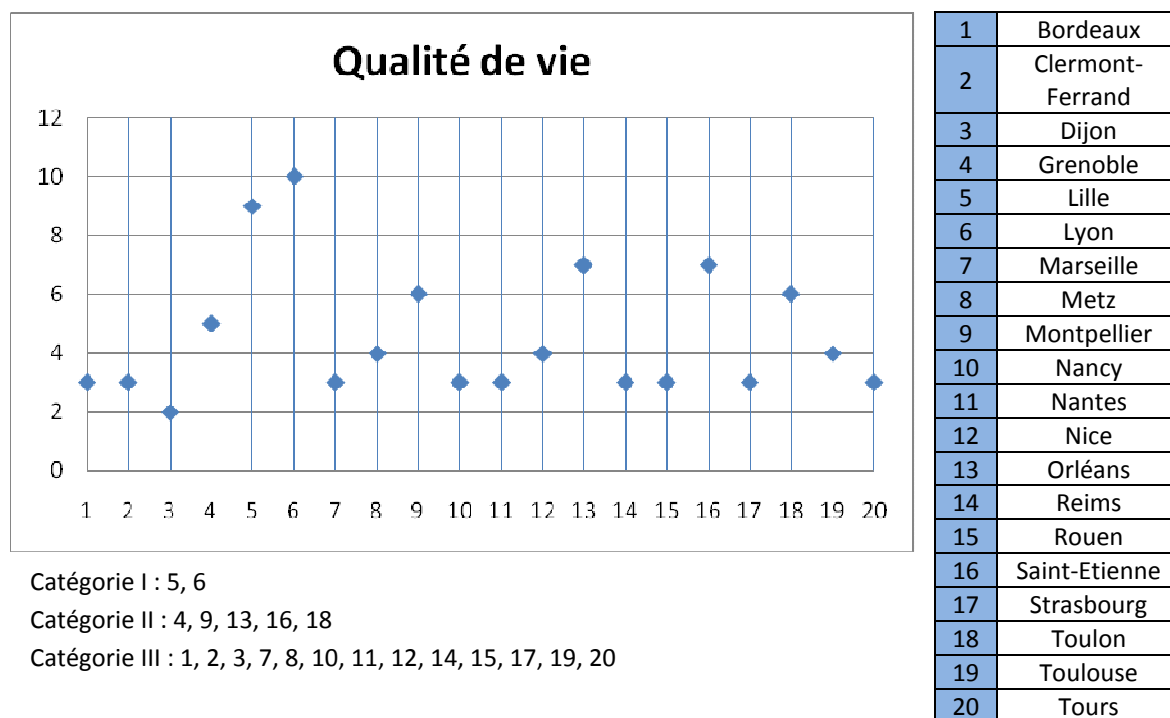


Fig.15 : Graphique rubrique Qualité de vie

En ce qui concerne la rubrique « Qualité de la vie », deux villes se démarquent par rapport aux autres. Il s'agit de Lyon et de Lille qui forme une première catégorie. En effet ces deux villes présentent sur la page d'accueil des thématiques comme <Cadre de vie>, <Sécurité>, <Culture> et des sous-thématiques <Qualité de vie>, <Qualité de ville> et <TIC>. Une deuxième catégorie est constitué d'Orléans, Saint-Etienne, Grenoble, Montpellier et Toulon. La troisième catégorie est composée des douze villes restantes dont la majorité affichent uniquement la thématique <Culture>, thématique présente sur la page d'accueil de dix-sept sites internet de villes sur les vingt étudiés.

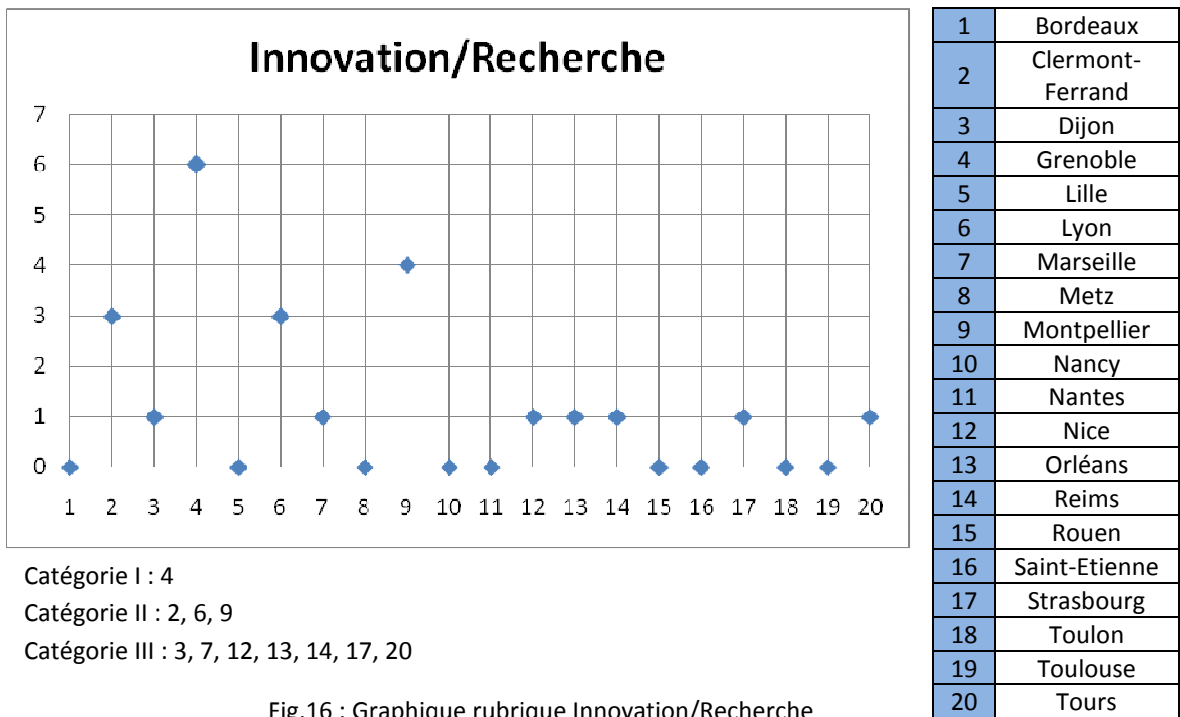


Fig.16 : Graphique rubrique Innovation/Recherche

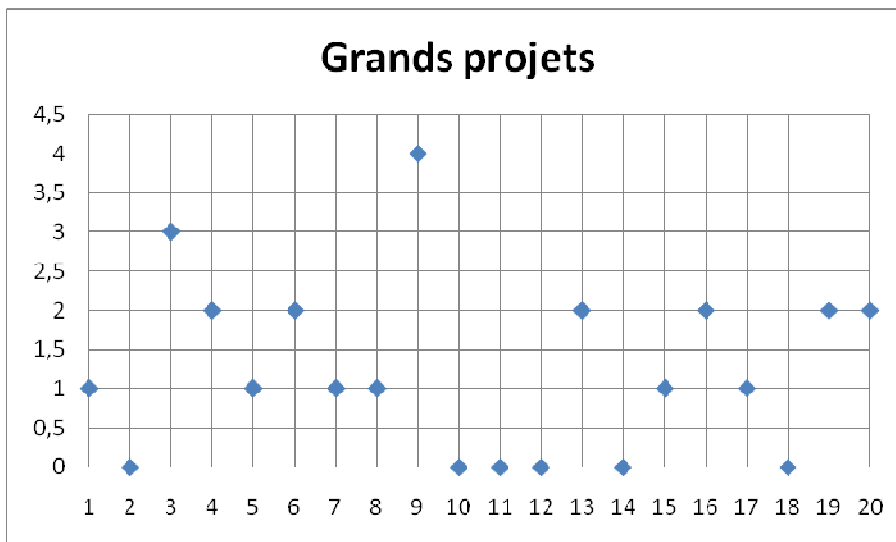
Dans le cadre de la rubrique Innovation/Recherche on distingue également trois catégories.

C'est le site de Grenoble qui réunit le plus de points. Il est le seul avec Montpellier à avoir une thématique <Innovation/Recherche>. De manière plus précise, le site de Grenoble possède une thématique <Economie et Innovation> et celui de Montpellier une thématique <Enseignement, recherche>. La ville de Grenoble est un important pôle de recherche scientifique et cela ressort dans son site internet qui met en avant ses programmes et ses centres de recherche de niveau international, autant que son pôle universitaire international consacré à la recherche.

Montpellier, Lyon et Clermont-Ferrand composent la deuxième catégorie. Concernant les deux derniers, on trouve le critère <Innovation/Recherche> dans le contenu. De plus, elles mettent en avant des innovations adoptées par la ville : le tram sur pneumatique par Clermont-Ferrand et le cyclo (tricycle électrique) par Lyon.

La majorité des sites internet de ville classées dans la troisième catégorie (Dijon, Marseille, Nice, Orléans, Reims, Strasbourg, Tours) affichent uniquement le critère <Innovation/Recherche> présent en tant que sous-thématique ou dans le contenu.

Il semble intéressant de remarquer que Toulouse, technopole européenne qui regroupe de nombreuses industries de pointe en matière d'informatique et d'aéronautique, ainsi que de nombreux instituts de recherche, fait partie des neuf villes qui n'ont mis en avant aucun critère appartenant à la rubrique <Innovation/Recherche>.



Catégorie I : 3, 9

Catégorie II : 4, 6, 13, 16, 19, 20

Catégorie III : 1, 5, 7, 8, 15, 17

Fig.17 : Graphique rubrique Grands projets

1	Bordeaux
2	Clermont-Ferrand
3	Dijon
4	Grenoble
5	Lille
6	Lyon
7	Marseille
8	Metz
9	Montpellier
10	Nancy
11	Nantes
12	Nice
13	Orléans
14	Reims
15	Rouen
16	Saint-Etienne
17	Strasbourg
18	Toulon
19	Toulouse
20	Tours

La rubrique « Grands projets » est dominée par Montpellier et Dijon. Leurs sites affichent la sous-thématique <Grands projets> et mettent en avant des projets qui représentent des symboles de la ville (le Parc Marianne par Montpellier, le pôle de compétitivité Vitagora par Dijon), ainsi que des projets qui consistent à faire évoluer l'image du centre.

Comme on peut observer sur le graphique ci-dessus, mis à part les villes qui possèdent un score nul, deux catégories se distinguent encore. Ces catégories regroupent des villes qui ont accumulé 1 ou 2 points et cela grâce à la présence, dans la majorité des cas, de la sous-thématique <Grands projets>.

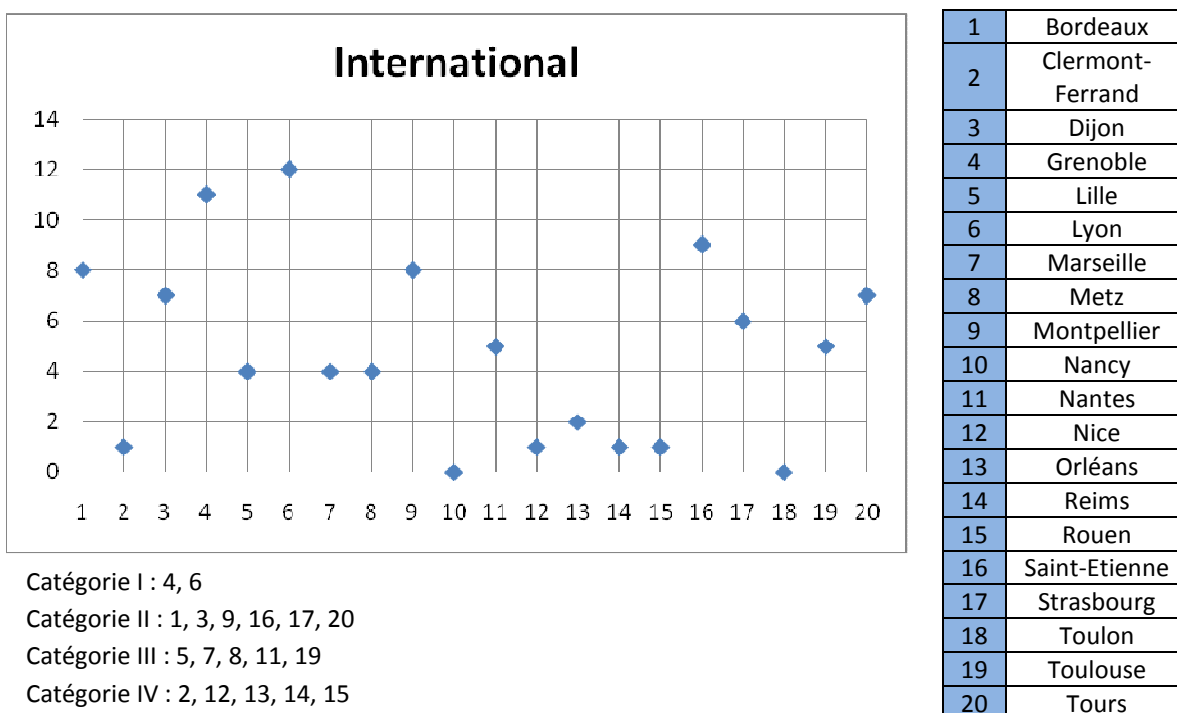


Fig.18 : Graphique rubrique International

Comme il a déjà été mentionné la rubrique « Fonction Internationale » présente le nombre de critères le plus élevé et prime par le nombre de points qu'elle accumule par rapport aux autres rubriques.

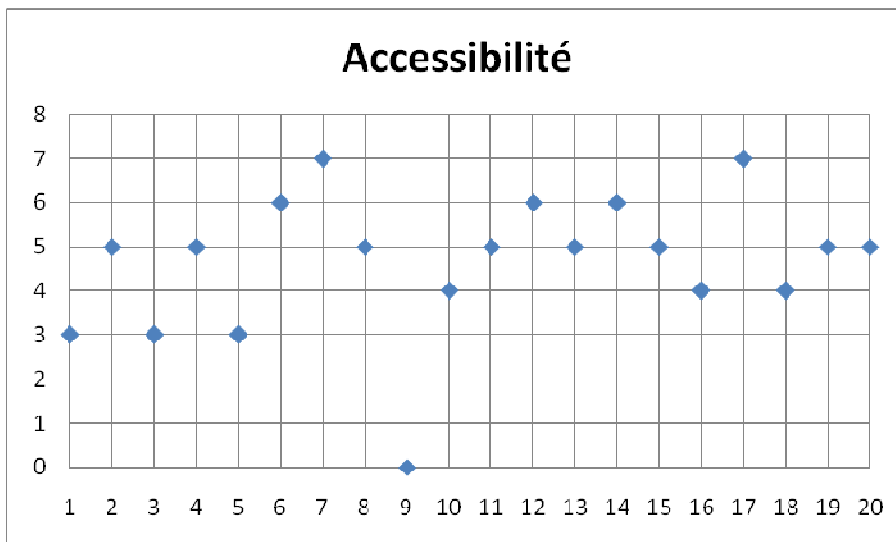
Les villes de Lyon et Grenoble font partie de la première catégorie. Elles mettent en avant une thématique <International>. Il semble intéressant de signaler que le site de Lyon est le seul sur les vingt analysés qui affiche le critère <Congrès international>.

La deuxième catégorie se caractérisant par moins de critères affichés par rapport à la catégorie précédente, est composée de Saint-Etienne, Bordeaux, Montpellier, Dijon, Strasbourg et Tours. Parmi ces sites uniquement Saint-Etienne, Montpellier et Tours contiennent sur la page d'accueil la thématique <International>. Il faut remarquer également la singularité de la ville de Strasbourg devenu siège d'organisations internationales et d'institutions européennes avec la présence notamment du Parlement Européen, du Conseil de l'Europe et de la Cour Européenne des Droits de l'Homme. De ce fait, son site internet est le seul qui affiche le critère <Fonctions politiques/institutionnelles européennes>.

La plupart des villes appartenant à la troisième catégorie (Toulouse, Nantes, Metz, Marseille et Lille) exposent en tant que sous-thématique ou présents dans le contenu, les critères suivants: <Consulats>, <Réseaux de villes>, <Accords de coopération>, <Villes jumelées>. Il faut mentionner que ces critères sont le plus couramment mis en avant par les sites dans le cadre de la rubrique <Fonction Internationale>.

En ce qui concerne la dernière catégorie, constitué d'Orléans, Clermont-Ferrand, Nice, Reims et Rouen, elle se définit par une mise en avant uniquement du critère <Villes jumelées> hormis pour Clermont-Ferrand, ce dernier s'affichant en tant que siège de Michelin, société multinationale de pneumatiques.

Deux villes n'affiche aucun critère correspondant à la fonction internationale. Il s'agit de Nancy et Toulon.



Catégorie I : 7, 17

Catégorie II : 2, 4, 6, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20

Catégorie III : 1, 3, 5, 10, 16, 18

1	Bordeaux
2	Clermont-Ferrand
3	Dijon
4	Grenoble
5	Lille
6	Lyon
7	Marseille
8	Metz
9	Montpellier
10	Nancy
11	Nantes
12	Nice
13	Orléans
14	Reims
15	Rouen
16	Saint-Etienne
17	Strasbourg
18	Toulon
19	Toulouse
20	Tours

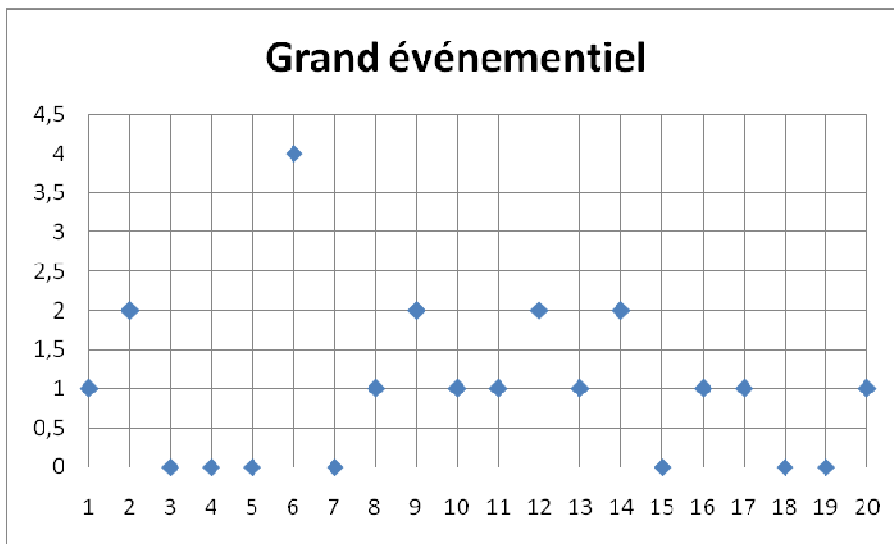
Fig.19 : Graphique rubrique Accessibilité

Tous les sites internet de ville mettent en avant l'accessibilité, à une exception près. Il s'agit de Montpellier qui ne met en avant aucun critère composant cette rubrique.

Trois catégories se distinguent. En accumulant le nombre de points maximum, les sites de Marseille et Strasbourg sont classés les premiers. Sur la page d'accueil des deux sites on trouve la thématique <Transports> ou <Déplacements>. De plus, elles exposent tous les autres critères appartenant à la rubrique <Accessibilité>, soit en tant que sous-thématique soit dans le contenu.

La deuxième catégorie est constituée des sites internet de onze villes dont seulement Metz et Nantes n'affichent pas la thématique <Transports/Déplacements>. Le site de la ville de Metz se différencie par rapport aux autres du fait d'une mise en avant du critère <TGV>, une fois sur la page d'accueil et une deuxième fois en tant que sous-thématique.

En fonction d'un nombre de points obtenus qui est inférieur aux sites antérieurs, Bordeaux, Dijon, Lille, Toulon, Nancy et Saint-Etienne sont classées dans la dernière catégorie.



Catégorie I : 6

Catégorie II : 1, 2, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 20

1	Bordeaux
2	Clermont-Ferrand
3	Dijon
4	Grenoble
5	Lille
6	Lyon
7	Marseille
8	Metz
9	Montpellier
10	Nancy
11	Nantes
12	Nice
13	Orléans
14	Reims
15	Rouen
16	Saint-Etienne
17	Strasbourg
18	Toulon
19	Toulouse
20	Tours

Fig.20 : Graphique rubrique Grand événementiel

Dans le cadre de la rubrique « Grand événementiel » on distingue deux catégories.

Lyon accumule le maximum de points. D'ailleurs il est le seul à posséder une sous-thématique <Grand événements internationaux> et également à s'afficher en tant que lieu de déroulement de Sommets et Forums internationaux.

Les sites des villes de Clermont-Ferrand, Montpellier, Nice, Reims avec deux points et ceux de Bordeaux, Metz, Nancy, Nantes, Orléans, Saint-Etienne, Strasbourg et Tours avec un point, composent la deuxième catégorie. La plupart exposent uniquement leur manifestations sportives et festivals internationaux.

Quant aux Dijon, Grenoble, Lille, Marseille, Rouen, Toulon et Toulouse, ils n'ont obtenu aucun point.

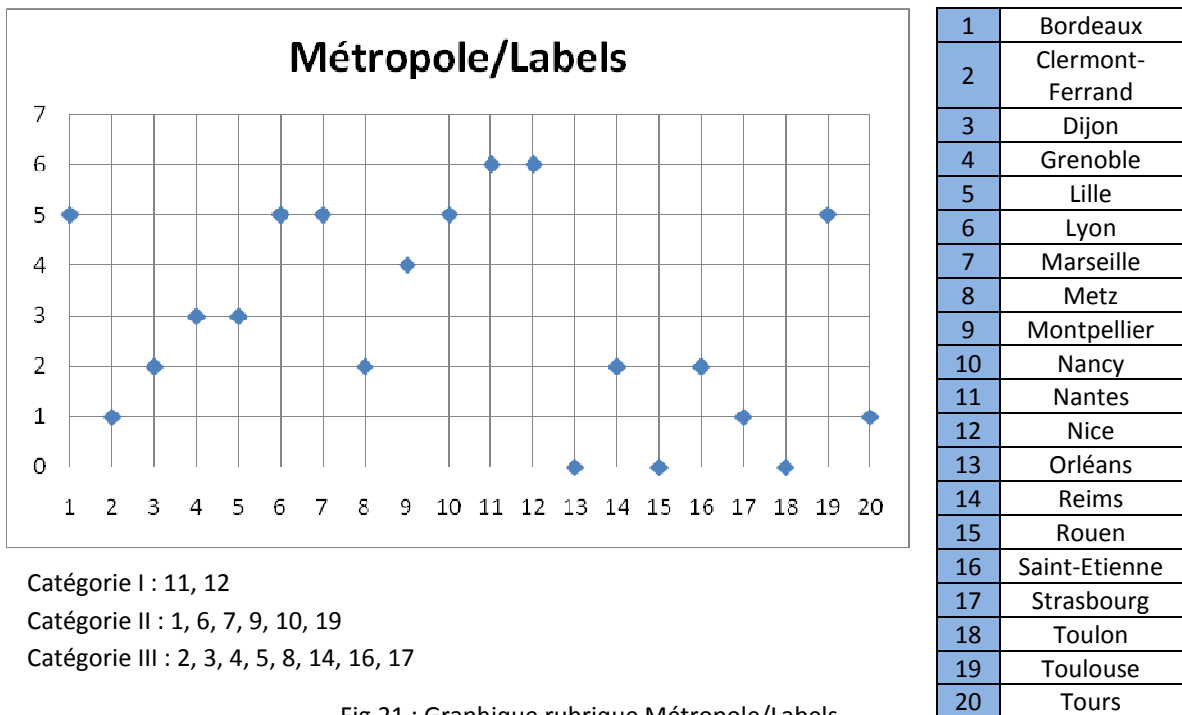


Fig.21 : Graphique rubrique Métropole/Labels

Les sites de Nantes et de Nice affichent le plus les critères relevant de la rubrique « Métropole/Labels ». Nice est d'ailleurs le seul, sur la totalité des sites, à détenir la thématique <Ville Métropole>, en l'occurrence <Nice Métropole>.

La deuxième catégorie est formée de Bordeaux, Lyon, Marseille, Montpellier, Nancy et Toulouse qui se proclament toutes des villes métropoles. Il faut remarquer que onze sur les vingt villes sélectionnées se sont proclamées des villes métropoles à travers leur site internet.

La troisième et dernière catégorie regroupe le reste des sites, hormis Orléans, Rouen et Toulon qui ont obtenu un score nul.

Deux autres aspects sont intéressants à remarquer. Le premier concerne la mise en avant par Bordeaux, Lyon, Marseille et Toulouse de leur candidature pour devenir Capitale européenne de la culture en 2013. Cette mise en avant prend la forme d'un affiche situé sur la page d'accueil. Le deuxième aspect consiste à remarquer qu'uniquement les sites de Lille, Marseille et Saint-Etienne contiennent un lien ou une sous-thématique qui renvoie à la Communauté Urbaine ou d'Agglomération, considérée en tant que pouvoir métropolitain. Bien évidemment n'ont été prises en compte que les Communautés Urbaines ou d'Agglomération qui contiennent le mot métropole (par exemple : Lille Métropole). Les autres villes qui auraient pu mettre en avant un pouvoir métropolitain de ce type sont Grenoble, Metz, Nantes et Reims.

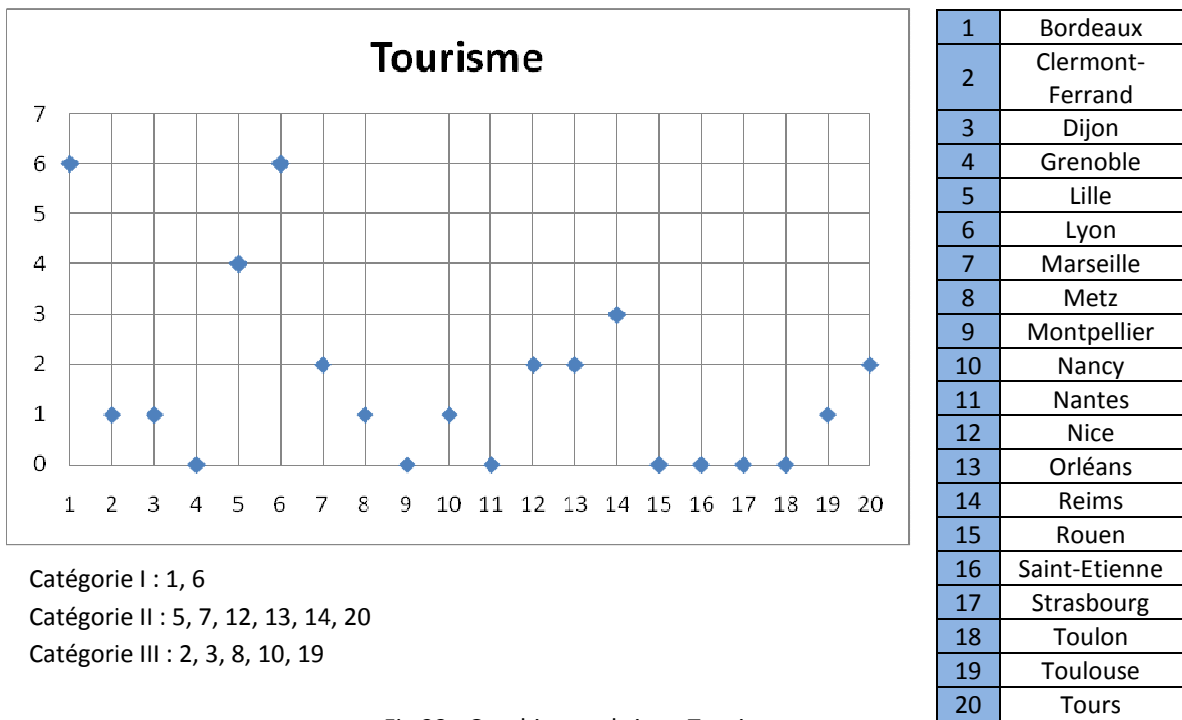


Fig.22 : Graphique rubrique Tourisme

La rubrique « Tourisme » se caractérise par la différenciation de trois classes.

La première classe regroupe Bordeaux et Lyon. Bordeaux se proclame « capitale mondiale du vin » tandis que Lyon « capitale mondiale de la gastronomie ». Les deux sites mettent en avant la classification de leur patrimoine par l’Unesco ainsi que le tourisme d’affaires.

Les deux catégories suivantes sont composées de Lille, Marseille, Nice, Orléans, Reims et Tours avec un nombre de points qui varie entre quatre, trois et deux, et de Clermont-Ferrand, Dijon, Metz, Nancy et Toulouse qui accumulent chacun un point.

La ville de Toulon est un pôle touristique majeur. Parmi les sept sites de villes qui n’ont obtenu aucun point on compte celui de Toulon. Cela s’explique aussi par le fait qu’en accédant à la sous-thématique <Tourisme et découverte> on est renvoyé vers le site de l’Office de Tourisme.

Il semble pertinent de remarquer le faible score obtenu par Nice qui, en réalité, est une des plus importantes destinations touristiques et qui possède la deuxième capacité hôtelière du pays (d’après la Communauté d’Agglomération de Nice Côte d’Azur).

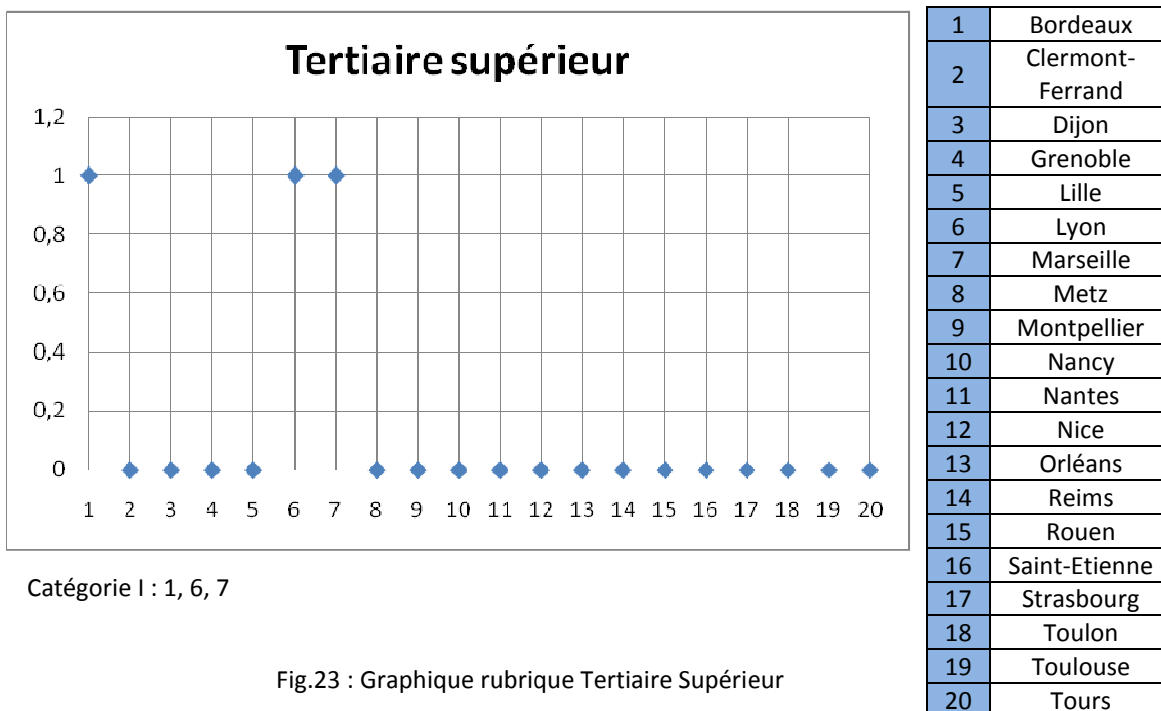


Fig.23 : Graphique rubrique Tertiaire Supérieur

Le faible résultat de la rubrique « Services Tertiaires Supérieurs » se traduit par une distinction de seulement trois sites : Lyon et Bordeaux qui se déclarent comme des places tertiaires de haut niveau, et Marseille qui met en avant son quartier d'affaires international « La Joliette ». Les dix-sept sites restants n'exposent aucun des critères qui composent cette rubrique.

Ce qu'on peut conclure après l'analyse des résultats par rubrique, est qu'une métropole, en l'occurrence l'image de métropole reflétée à travers chaque site internet des vingt villes, ne peut pas apparaître « gagnante » dans tous les rubriques. On peut parler alors de spécificités de l'image de métropole. Précédemment on a pu observer que :

- pour « Qualité de vie » c'est Lyon et Lille qui dominent,
- Grenoble affiche le plus sa spécialisation en « Innovation/Recherche »,
- Montpellier et Dijon mettent spécialement en avant leurs grand projets,
- concernant la rubrique «Fonction Internationale » c'est Lyon avec Grenoble qui accumulent le nombre de points maximum,
- Marseille et Strasbourg affichent surtout la rubrique « Accessibilité »,
- Lyon s'expose le plus en tant que lieu de déroulement du grand événementiel,
- Nantes et Nice priment dans le cadre de la rubrique « Métropole/Labels »
- « Tourisme » est mis en évidence de manière considérable par Bordeaux et Lyon
- et finalement pour « Services Tertiaires Supérieurs » uniquement Bordeaux, Lyon et Marseille accumulent des points.

Par ces spécificités de l'image de métropole mises en avant à travers les sites internet, ces derniers reflètent ce qui se passe dans la réalité. En effet, il existe un développement des spécificités propres à chaque métropole. Certaines villes comptent plus que d'autres dans

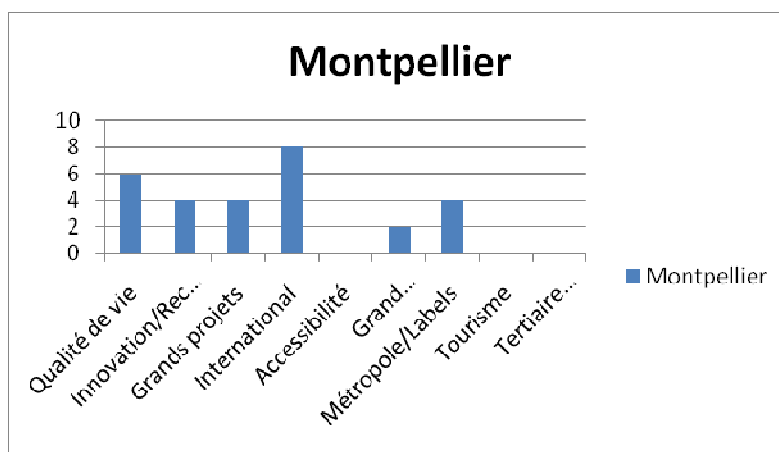
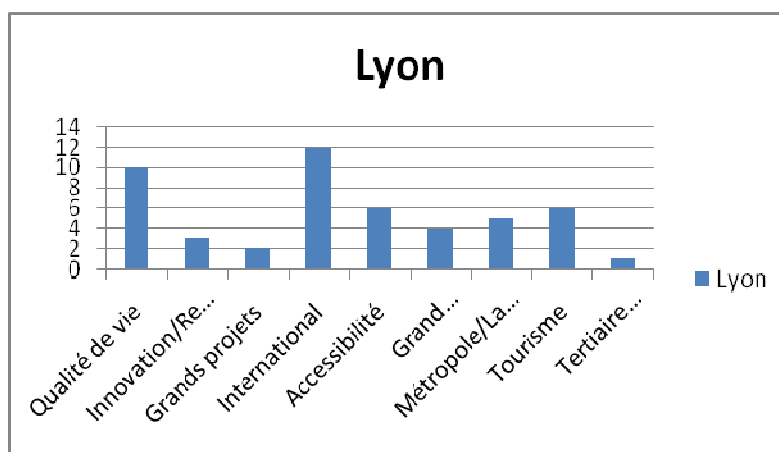
certaines domaines économiques, scientifiques, culturels, ou de transport. Certaines aussi se singularisent par des fonctions spécifiques. « Selon Colletis et Pecqueur, l'offre de spécificité territoriale est fondée sur la constatation de savoirs non reproductibles, c'est-à-dire non susceptibles d'exister ailleurs ou d'être copiés. Ces savoirs sont ainsi uniques et échappent partiellement à une concurrence par le marché. Une différenciation durable, c'est-à-dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut découler que du caractère unique d'un espace. Ainsi, les spécificités territoriales sont des éléments essentiels dans la constitution des avantages concurrentiels des villes. Concernant la valorisation des territoires (villes ou régions), les acteurs ont tout intérêt à mettre en avant les spécificités territoriales dans le domaine du marketing. En effet, c'est seulement à partir des ressources spécifiques qu'une ville (ou une région) est capable de distancer durablement ses concurrents. » (Benko, 2006)

3.Types d'image de métropole

Suite aux résultats obtenus grâce à la grille de lecture, il convient de montrer également quelles sont les rubriques dominantes pour chaque site internet de ville. De cette manière on pourrait se rendre compte sur quoi l'image de métropole mise en avant s'axe principalement. Par conséquent en vue d'avoir un meilleur aperçu du profil de l'image de métropole, on différencie les villes en fonction des deux premières rubriques prépondérantes.

Néanmoins, il faut mentionner que les rubriques les plus affichées sont en nombre de quatre. Il s'agit de « Fonction Internationale », « Accessibilité », « Qualité de vie » et « Métropole/Labels » qui sont d'ailleurs celles ayant obtenus le plus de points par rapport aux cinq autres rubriques.

Dans un premier temps, les sites qui sont axés essentiellement sur « Fonction Internationale » et « Qualité de vie » sont présentés. C'est le cas notamment de Lyon, Montpellier et Saint-Etienne. Cela est révélé de manière explicite à l'aide des graphiques suivants.



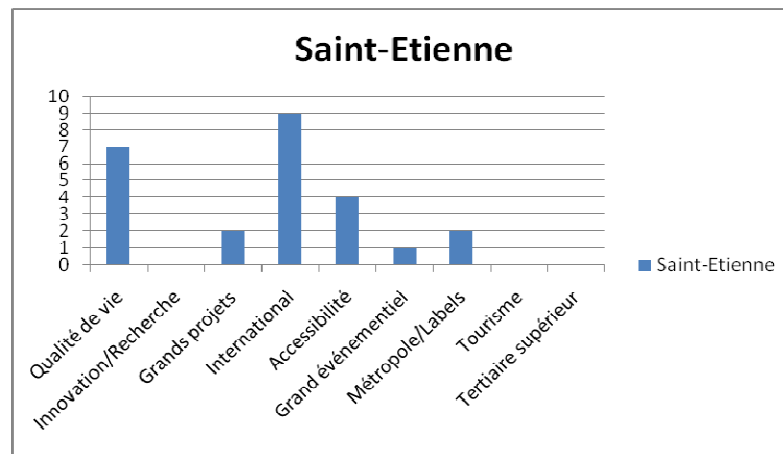


Fig.24 : Graphiques sites de Lyon, Montpellier et Saint-Etienne

Ce sont les rubriques « Fonction Internationale » et « Accessibilité » qui réunissent le nombre de points maximum dans le cas de Strasbourg et Tours.

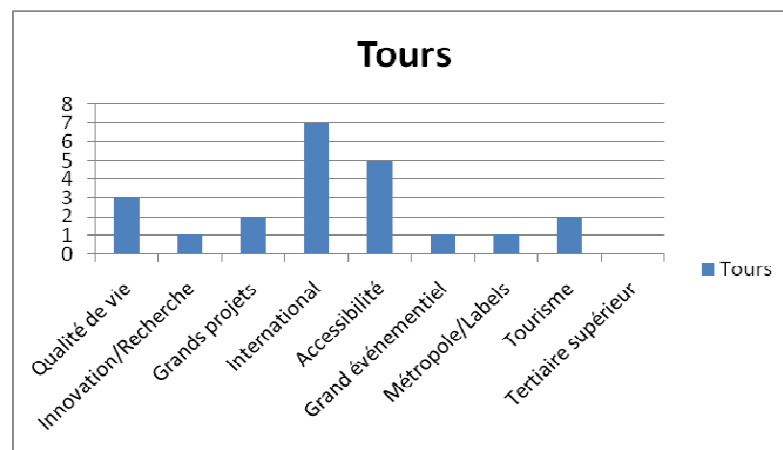
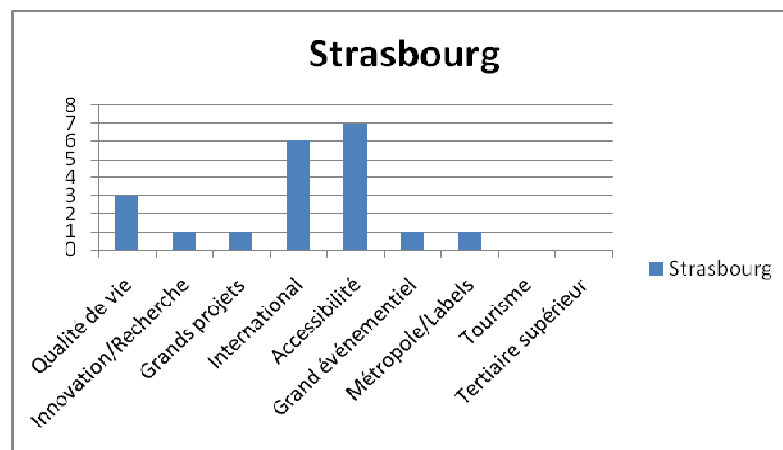


Fig.25 : Graphiques sites de Strasbourg et Tours

Orléans, Rouen et Toulon affiche une image de métropole centrée principalement sur la qualité de vie et l’accessibilité.

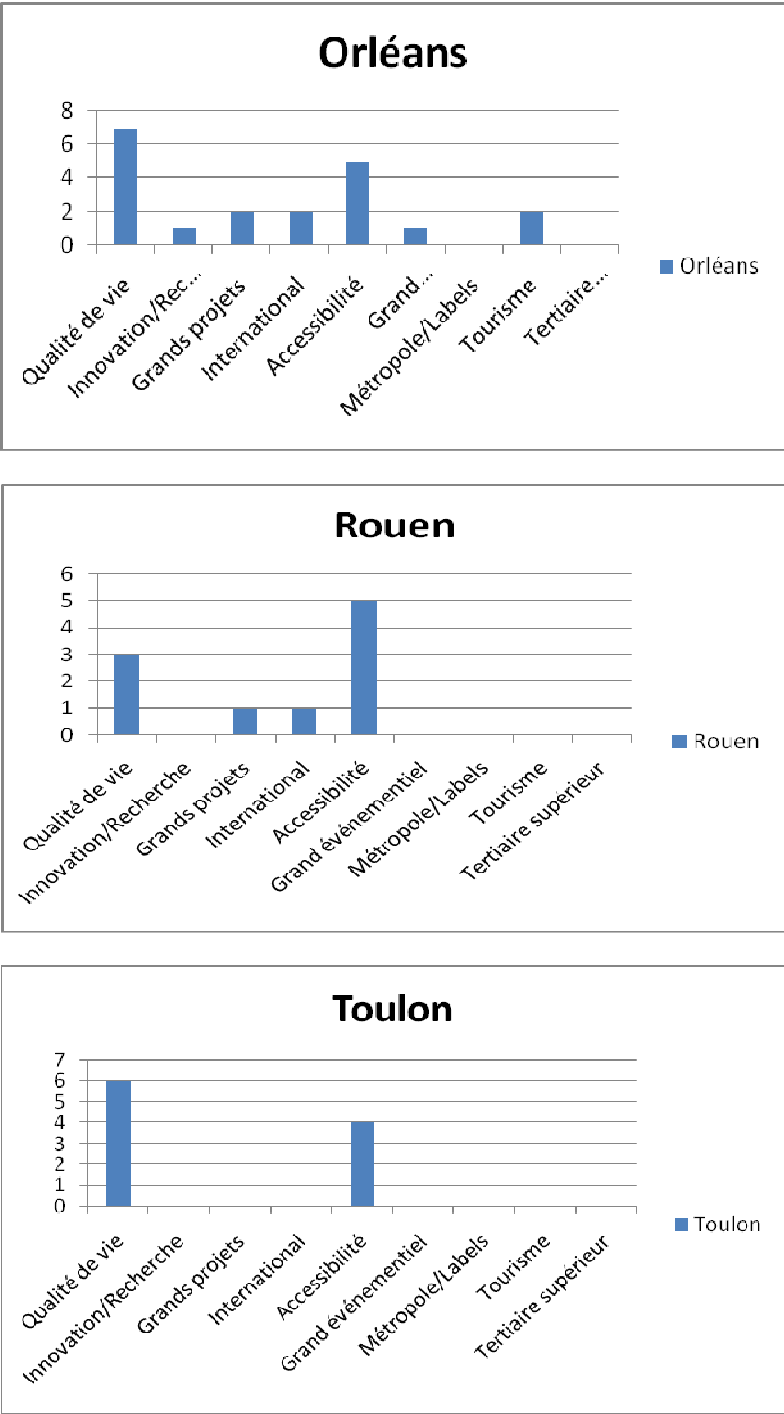


Fig.26 : Graphiques sites de Orléans, Rouen et Toulon

Marseille, Nancy et Nice obtiennent un score maximal dans les rubriques « Accessibilité » et « Métropole/Labels ».

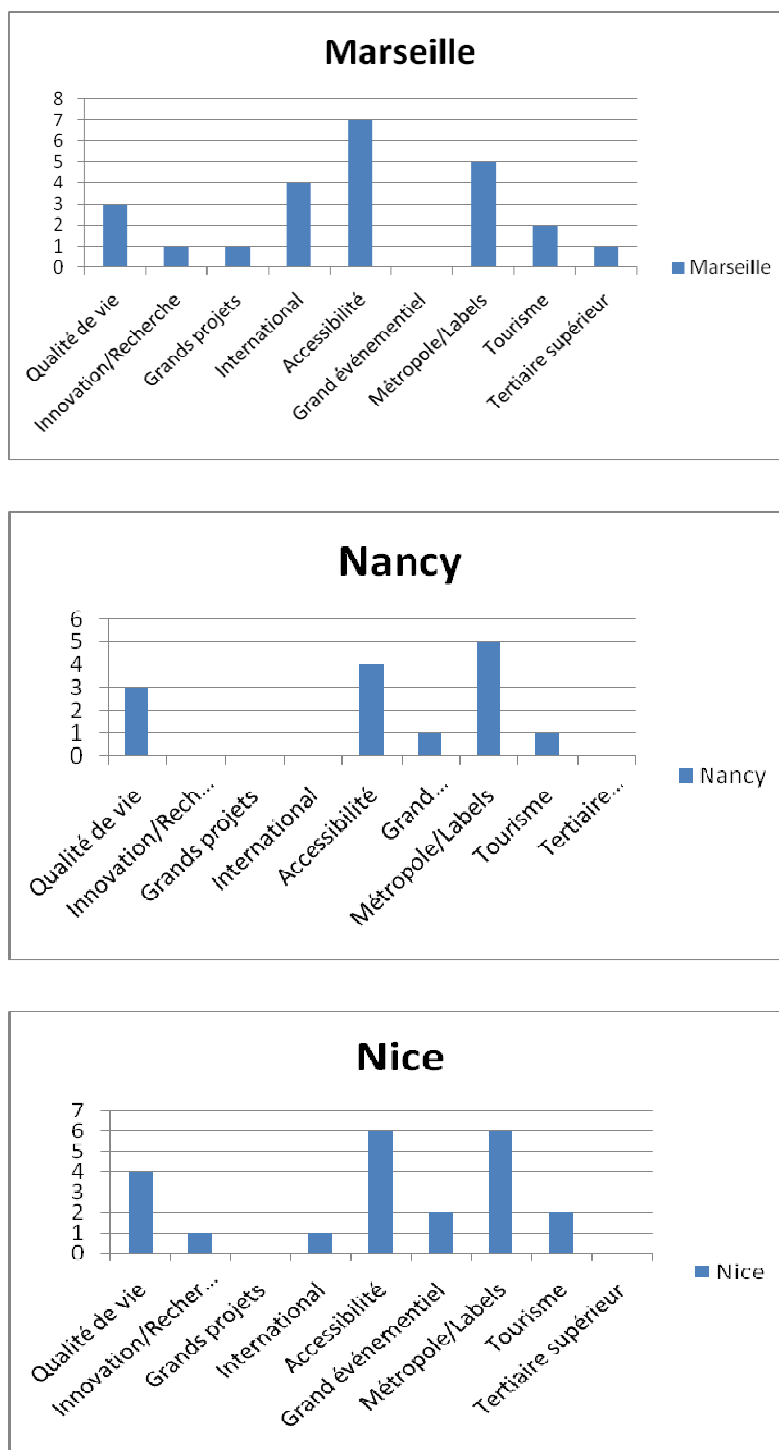


Fig.27 : Graphiques sites internet de Marseille, Nancy et Nice

Nantes et Toulouse exposent principalement les rubriques suivantes : « Métropole/Labels », « Fonction Internationale » et « Accessibilité ».

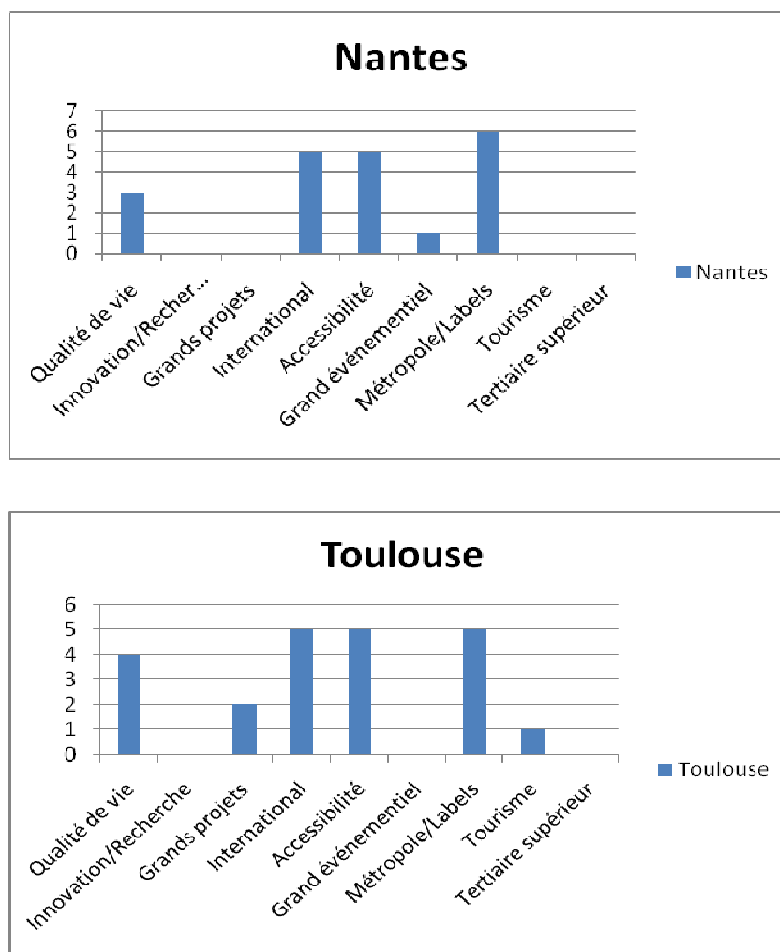
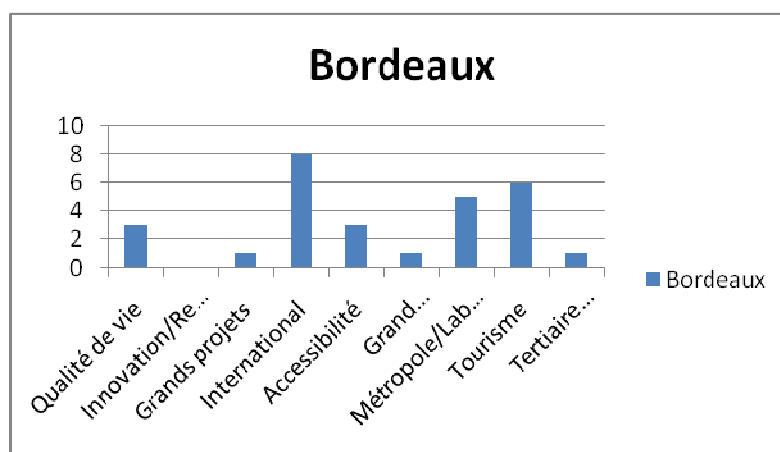


Fig.28 : Graphiques sites internet de Nantes et Toulouse

Les deux sites suivants sont axés particulièrement sur « Fonction Internationale » et dans une moindre mesure sur : « Tourisme », dans le cas de Bordeaux, et sur « Innovation/Recherche », dans le cas de Grenoble.



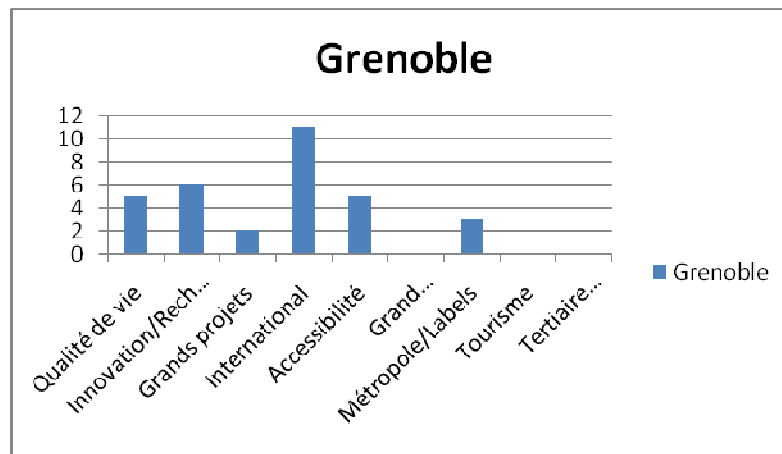
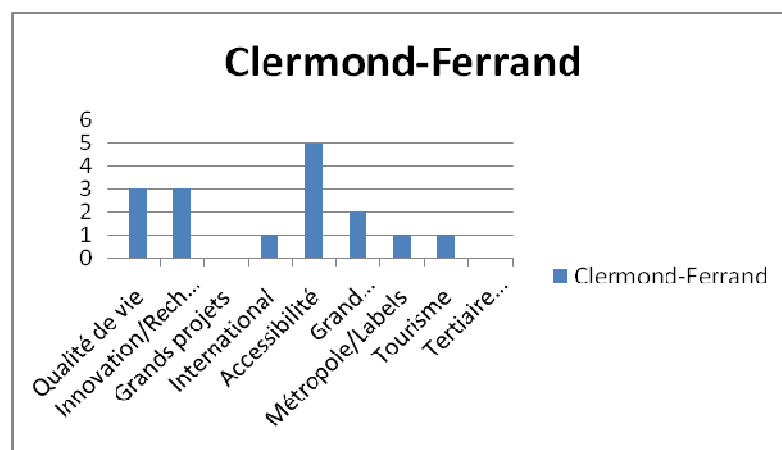
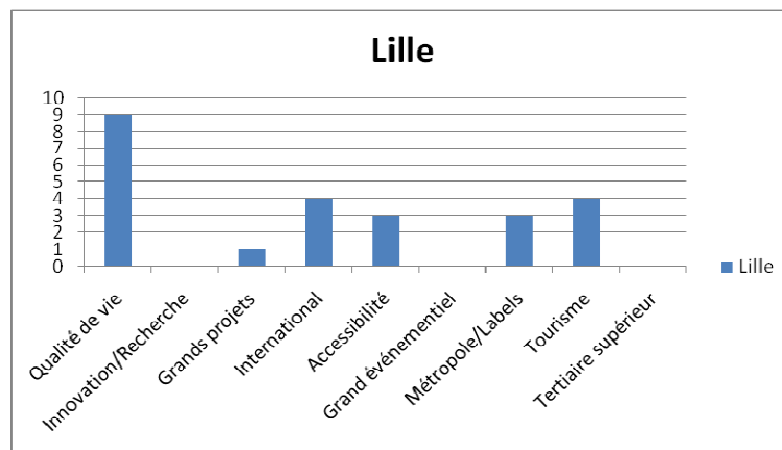


Fig.29 : Graphiques sites internet de Bordeaux et Grenoble

Les sites internet de Dijon, Lille, Clermont-Ferrand, Metz et Reims mettent en avant chacun trois rubriques différentes. Cela est montré, de manière plus précise, par les graphiques suivants :



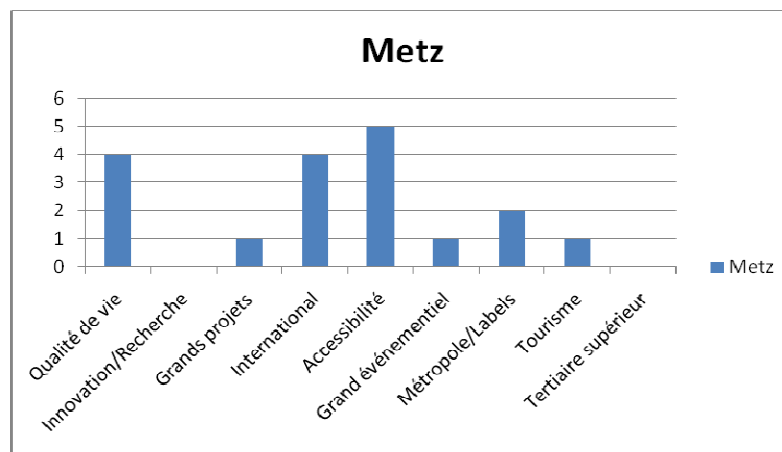
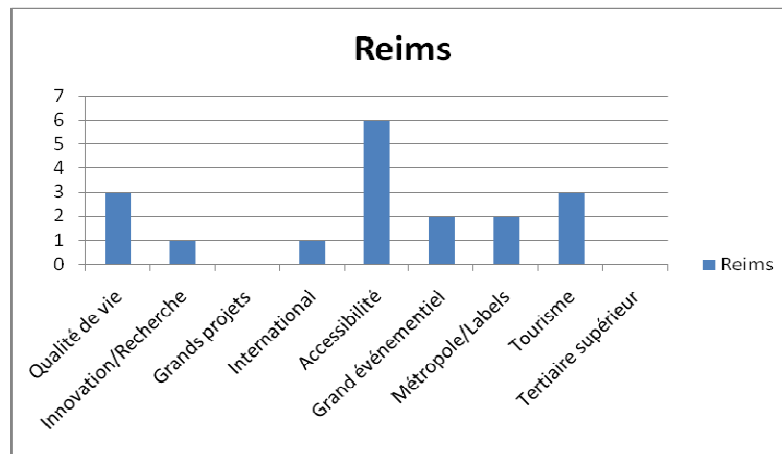


Fig.30 : Graphiques sites internet de Lille, Clermont-Ferrand, Reims et Metz

En analysant les résultats obtenus par chaque site internet de ville et en fonction des différents stratégies d’affichage adoptés par ces derniers, on a différencié ici des types d’image de métropole .

Tout d'abord il semble nécessaire de rappeler l'hypothèse qu'on est censé affirmer ou infirmer dans le cadre de ce travail de recherche. Elle consiste à dire qu'il existe un degré d'affichage d'une image de métropole reflétée par les sites internet de ville. Dans cette étude on s'est surtout intéressé à la priorité accordée par les sites internet aux critères relevant de la grille de lecture. D'ailleurs, cette dernière traduit l'ordre de priorité donné aux critères par une pondération qui diffère en fonction de la position qu'ils occupent, c'est-à-dire, s'ils sont présents sur la page d'accueil en tant que thématique ou affiche, ou bien s'ils sont présents en tant que sous-thématique ou éventuellement dans le contenu. Il semble pertinent de noter qu'on reste dans l'affichage et qu'on se concentre avant tout sur l'impression au premier abord que les sites internet peuvent donner dans une perspective de mise en avant d'une image de métropole.

Partant de ce principe et grâce à la grille de lecture, un classement qui montre le niveau d'affichage d'une image de métropole des vingt sites internet de ville analysés a été effectué. Cette classification a pu être réalisée en accumulant tous les points obtenus par chaque site internet.

Néanmoins, il faut noter que l'objectif de cette étude n'est pas d'apporter un classement de plus concernant les villes à la multitude qui existe déjà, mais c'est la manière de montrer le degré d'affichage d'une image de métropole des sites internet. Par ailleurs, en comparant ce classement à celui effectué par la DATAR en 2003 on révèle la différence entre l'image de métropole mise en avant et la réalité.

Le classement réalisé par la DATAR résulte d'une étude menée selon une méthodologie rigoureuse qui aboutie, en effet, à une hiérarchisation de manière « objective » des 180 villes européennes de plus de 200 000 habitants. Cette classification a été établie par rapport à 15 indicateurs qui « mettent l'accent sur les fonctions métropolitaines qui, aujourd'hui, caractérisent et différencient les grandes villes » (Jacquet, 2003, *Les villes européennes*): la population des villes en 2000, l'évolution de leur population de 1950 à 1990, le trafic de marchandises des ports, les passagers des aéroports, l'accessibilité des villes à l'échelle européenne, les sièges sociaux des plus grands groupes européens, les places financières, les foires internationales, les congrès internationaux, les musées, les touristes, les sites culturels, les étudiants, l'éditions des revues scientifiques et les réseaux de la recherche européenne.

De plus, cette étude a contribué à la distinction de plusieurs niveaux de métropoles précédemment mentionnés: métropoles internationales, européennes et intermédiaires.

Classement suite à grille de lecture(1)		Classement effectué par la DATAR	
Lyon	49	Lyon	47
Grenoble	32	Marseille	44
Bordeaux	28	Toulouse	42
Montpellier	28	Strasbourg	37
Saint-Etienne	25	Bordeaux	36
Lille	24	Lille	36
Marseille	24	Nice	36
Nice	22	Montpellier	35
Toulouse	22	Nantes	33
Tours	22	Grenoble	31
Nantes	20	Nancy	28
Orléans	20	Dijon	27
Strasbourg	20	Rouen	27
Dijon	19	Clermont-Ferrand	26
Reims	18	Tours	24
Metz	18	Metz	23
Clermont-Ferrand	16	Reims	23
Nancy	14	Toulon	23
Rouen	10	Orléans	21
Toulon	10	Saint-Etienne	19

Fig.31 : Classement grille de lecture (1) et classement DATAR

La comparaison des deux classements montre, comme il a été auparavant mentionné, la différence entre l'image de métropole à travers les sites internet et la réalité.

D'abord il faut noter que Lyon est en tête dans les deux classifications. Cette situation privilégiée de Lyon est évoquée également par Paul Boino dans *Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains* : « seule l'agglomération lyonnaise ou presque semble avoir traversée ces années sans chocs sectoriels majeurs. L'industrie mécanique et la chimie emploient encore une part notable de la population active et à ces activités traditionnels s'ajoutent aujourd'hui de nouveaux secteurs comme les biotechnologies, et dans une moindre mesure le numérique[...]. Les services supérieurs aux entreprises ont également connu un essor non négligeable. Plusieurs sièges sociaux d'entreprises, parfois mondiaux (Bayer CropScience SA, Aventis...), et d'administration (Interpol...) se sont installés ou maintenus à Lyon ainsi que différents centres de recherche publics et privés de niveau international [...]. Au cours de ces toutes dernières années, ce tertiaire supérieur a provoqué le développement spectaculaire de quartier entiers, comme ceux de Gerland, de La Part Dieu ou encore de la Cité Internationale ». On voit bien que le site internet, par une mise en avant considérable du statut de métropole de Lyon, rentre dans la logique métropolitaine de la ville.

En matière de discordances entre les deux classements, les cas qui interpellent le plus sont Saint-Etienne, Grenoble, Toulouse, Tours et Orléans.

Saint-Etienne se positionne tout en bas du classement effectué par la DATAR. Cette ville a connu dans la deuxième moitié du XX^e siècle de nombreuses restructurations et fermetures dans sa sphère industrielle de sorte qu'elle était décrite comme une ville en péril. Néanmoins, son activité économique connaît aujourd'hui un renouveau, grâce à des initiatives locales et régionales de pôle d'innovation, de manifestations artistiques, et de renforcement de son influence économique. Cette volonté politique de changer l'image de la ville (Saint-Etienne Ville Design) s'aperçoit à travers le site internet. En effet ce dernier affiche une image de métropole qui le positionne à une place bien supérieure à la place occupée par la ville dans le classement réalisée par la DATAR.

En ce qui concerne Grenoble, il semble intéressant de signaler la différence de place qu'il occupe au sein des deux classements : en tant que site internet il détient une position importante en étant classé le deuxième, en tant que ville, il possède une position banale en étant situé au milieu du classement. « Rappelons que Grenoble a hérité d'une histoire urbaine très modeste et d'une position difficile dans la carte des réseaux européens. Son identité internationale est récente et paradoxale : ville de l'émigration italienne entre 1880 et 1930, du rapatriement d'Algérie en 1962, puis de l'émigration parisienne avec le succès des sports d'hiver et le signal emblématique des JO de 1968, enfin de l'arrivée des cadres, ingénieurs et chercheurs internationaux de la filière numérique à partir des années 1970, elle ne se vit cependant comme une place d'Europe, du fait de ces handicaps en matière de qualité urbaine patrimoniale et d'accessibilité internationale » (Martin Vanier, 2007, *Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains*). Pour autant son site internet représente un véritable outil de marketing métropolitain .

Il convient également de souligner le faible niveau d'affichage d'une image de métropole du site internet de Toulouse qui occupe une place médiocre. Cette situation est contraire à celle mise en évidence suite à la hiérarchisation faite par la DATAR, la ville détenant ici le troisième rang. En ce qui concerne la ville de Toulouse, "l'appellation « métropole » est ici admise et utilisée depuis l'inscription de Toulouse sur la liste des huit métropoles d'équilibre au début des années soixante. Les critères d'accès à ce rang associent la taille démographique et le potentiel économique. Toulouse demeure encore une petite ville à l'échelle de l'Europe, mais ce handicap serait en partie compensé par le rayonnement international de ses activités aéronautiques et spatiales" (Jean-Paul Laborie, 2007, *Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains*).

Un autre aspect intéressant à remarquer est le placement, sur le même rang, du site de Toulouse et de Tours. En qualité de ville-métropole, Tours se situe parmi les dernières. D'après Christophe Demazière dans *Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains* : « Avec moins de 400 000 habitants, l'aire urbaine de Tours se situe au vingtième rang national en terme de population. A l'échelle française ou européenne, elle ne peut donc pas prétendre au titre de métropole. La Touraine semble marquée, au plan économique et démographique, par son appartenance au Grand Bassin Parisien. La dépendance vis-à-vis de sièges sociaux situés en Ile-de-France ou à l'étranger marque l'industrie locale et la présence d'emplois métropolitains

supérieurs est limitée. Tours est démographiquement la première agglomération de la région Centre, devançant la capitale régionale, Orléans, qui est pourtant particulièrement attractive depuis deux décennies. De plus, la Touraine jouit d'une notoriété internationale par son patrimoine bâti, naturel et culturel. »

Quant à la ville d'Orléans, elle est classée avant dernière par la DATAR. Néanmoins elle affiche une image de métropole de même rang que Strasbourg et Nantes qui elles, en tant que ville métropole, détiennent des positions dans la première moitié du classement.

Une autre façon d'exploiter les résultats, obtenus grâce à la grille de lecture, afin de mettre en évidence un niveau d'affichage d'une image de métropole, consiste à ajouter un deuxième principe à celui concernant l'ordre de priorité accordé aux critères. Il s'agit de mettre sur le même rang d'importance les neuf rubriques. Cela veut dire que le site « gagnant » sera celui qui va afficher « le plus » un maximum de rubriques. Pour arriver à mettre en place ce principe, on affecte un coefficient de 1/9 à chaque rubrique. Le tableau suivant montre le classement obtenu.

Classement suite à grille de lecture(2)	
Lyon	1,51
Bordeaux	0,98
Marseille	0,81
Montpellier	0,73
Grenoble	0,7
Nice	0,49
Tours	0,48
Lille	0,47
Orléans	0,45
Reims	0,45
Clermont-Ferrand	0,42
Saint-Etienne	0,42
Dijon	0,39
Toulouse	0,39
Strasbourg	0,35
Metz	0,33
Nantes	0,32
Nancy	0,27
Rouen	0,15
Toulon	0,12

Fig.32 : Classement grille de lecture (2)

Le classement ci-dessus diffère légèrement du premier effectué. Cependant, Lyon occupe de nouveau la position de tête.

Prenons un exemple pour mieux comprendre la différence entre les deux classements. Au sein du premier, Marseille occupe une place inférieure par rapport au deuxième. C'est-à-dire

qu'en tenant compte seulement de l'ordre d'affichage des critères, il affiche dans une manière moindre une image de métropole. Effectivement, le site de Grenoble met en avant des thématiques comme <International> ou <Innovation/Recherche> que le site de Marseille met en avant en tant que sous-thématiques. Par contre du fait que Marseille affiche des critères appartenant aux rubriques « Tourisme » et « Services Tertiaires Supérieurs », en tant que sous-thématique/contenu, critères que Grenoble n'expose pas, elle gagne des places dans le deuxième classement.

Bien évidemment, il existe plusieurs manières d'exploiter les résultats obtenus en vue d'effectuer un classement qui montre un degré d'affichage d'une image de métropole. Ici on a choisi de n'en présenter que deux.

Le but de cette étude était de voir si les sites internet de ville sont utilisés par les collectivités afin de mettre en avant leur statut de métropole, voire en quelque sorte à quel degré les sites internet de ville sont utilisés en tant qu'outil de marketing métropolitain. De plus il fallait distinguer les critères mis en avant pour afficher ce statut.

Avant de passer à l'analyse des résultats obtenus, il convient de mentionner les limites de cette étude et plus précisément celles concernant la méthodologie. La première limite est de ne pas prendre en compte de critères qui relèvent du quantitatif comme par exemple le nombre d'étudiants, le nombre d'établissements de recherche. En restant dans l'affichage l'étude s'est axée simplement sur la présence de critères. La deuxième limite concerne la rigueur dans l'application de la grille aux sites internet. Il existe la possibilité, du fait du nombre assez conséquent de sites internet de ville et de critères composant la grille de lecture, que des éléments aient échappé. Néanmoins, il faut noter que ces éléments n'auraient pas changé de manière considérable les résultats obtenus.

En analysant les sites internet de ville nous avons pu observer la présence de critères à travers lesquels une image de métropole est affichée. Cela amène à affirmer l'hypothèse qui consiste à dire que les sites internet de ville sont utilisés par les collectivités pour afficher leur statut de métropole. Par ailleurs, grâce à la grille de lecture nous avons pu faire ressortir différentes caractéristiques de l'image de métropole. Dans un premier temps des spécificités de l'image ont été mises en évidence. Ensuite en fonction des différentes stratégies d'affichage adoptées nous avons exposé des types d'images de métropole. Finalement par la réalisation d'un classement nous avons pu montrer le degré d'affichage d'une image de métropole par les vingt sites internet de ville. Par ailleurs en faisant la comparaison entre ce classement et celui effectué par la DATAR nous avons pu mettre en évidence la différence entre l'image que les sites renvoient et la réalité.

Suite à cette analyse et en prenant du recul, il convient de se poser les questions « quelle définition les sites internet de ville mettent en avant pour l'image de métropole ? Est-ce que la définition de l'image de métropole coïncide avec la définition de la métropole ? » Pour répondre à ces questions il faut d'abord se demander à qui est adressée cette image : aux entreprises, aux habitants, aux nouveaux arrivants, aux touristes ? Par une mise en avant principalement de la fonction internationale qui donne l'image d'une ville ouverte au monde, de l'accessibilité et de la qualité de vie, les deux faisant penser aux conditions de vie que la ville peut offrir, on constate que l'image de métropole reflétée par ces sites est construite dans une perspective qui vise particulièrement la population. C'est ce que Magalie Lagadec remarque dans son mémoire de recherche sur les sites internet de ville : « les sites internet sont des outils de marketing par l'intérieur dont les villes ont aujourd'hui besoin pour assurer leur développement ».

Ce travail de recherche a permis de démontrer que les sites internet sont des véritables outils de marketing métropolitain. Ils laissent transparaître cette volonté politique de communication afin de promouvoir l'attractivité des territoires. Un autre point révélé par cette étude est l'intérêt des sites web, ils sont faciles à faire évoluer et à adapter au type d'image que l'on veut promouvoir. En ayant la capacité de s'adapter très vite aux changements, ils permettent d'associer le territoire non pas à un produit mais à une construction qui reste en perpétuelle progression. A travers cette construction les collectivités projettent leur relations à la ville, elles expriment leur regard à la ville et l'invitation à regarder la ville. En d'autres mots elles créent la ville.

Pourrait-on alors dire que les sites internet de ville par l'image de métropole qu'ils reflètent, et donc la création d'une image de ville métropole, s'inscrivent de manière indirecte dans les dynamiques à l'œuvre dans les processus de métropolisation ?

<Ouvrages>

- Agences d'urbanisme de Grenoble, Lyon et Saint-Etienne.- Les processus de métropolisation : synthèses bibliographique.- 2001.-113 p.- collection CERTU.
- ANTIER (Gilles).- Les stratégies des grandes métropoles : enjeux, pouvoir et aménagement.- Paris : Armand Colin, 2005.- 252 p.- collection U.
- BOUQUILLION (Philippe), PAILLIART (Isabelle).- Le déploiement des TIC dans les territoires : le rôle des collectivités territoriales.- Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.
- DOMMERGUES (Pierre), GARDIN (Nanon).- Les stratégies internationales des métropoles régionales : l'exemple de Strasbourg.- Paris : Syros/Alternatives, 1989.- 318 p.
- DUMONT (Gérard-François).- Les métropoles régionales intermédiaires en France: quelle attractivité?.- Paris : La documentation française, 2007.- 88 p.- collection Travaux.
- JONAS (Olivier).- Territoires numériques : interrelations entre les technologies de l'information et de communication et l'espace, les territoires, les temporalités.- Direction Générale de l'Urbanisme de l'Habitat et de la Construction, Direction de la Recherche et des Affaires scientifiques et techniques, 2000.- 103 p.
- LACOUR (Claude), PUISSANT (Sylvette).- La métropolisation : croissance, diversité, fractures.- Paris : Anthropos, 1999.-190 p.- collection VILLES.
- LAMIZET (Bernard), SANSON (Pascal).- Les langages de la ville.- Marseille : Parenthèses, 1997.- 177 p.
- LUSSAULT (Michel).- Tours : Images de la ville et politique urbaine.- Tours : 1993.- 411 p.- Collection Sciences de la Ville.
- MOTTE (Alain).- Les agglomérations françaises face aux défis métropolitains.- Paris : Anthropos, 2007.- 267 p.- collection VILLES.
- NOISETTE (Patrice), VALLERUGO (Franck).- Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégique.- Rouen : Organisation, 1996.- 412 p.- collection Service public.
- ROSENBERG (Muriel).- Le Marketing Urbain en Question : production d'espace et de discours dans quatre projets de villes.- Paris : Anthropos, 2000.-184 p.- collection VILLES.
- ROZENBLAT (Céline), CICILLE (Patricia).- Les villes européennes : analyse comparative.- Paris : La documentation française, 2003.- 94 p.- Rapport d'étude DATAR.

<Mémoires et travaux de recherche>

- BAUDUCEL (Charline).- L'utilisation des images dans le cadre des projets d'aménagement urbains : l'image au service du projet ou le projet au service de l'image ?.- 109 p.- Mémoire de recherche Magistère troisième année.- Université de Tours : CESA, 2003.
- LAGADEC (Magalie).- Les sites internet des collectivités : un outil de marketing territorial ?.-88 p.- Mémoire de recherche Master en deuxième année.- Université de Tours : CESA, 2005.

<Dictionnaire>

- PUMAIN (Denise), PAQUOT (Thierry), KLEINSCHMAGER (Richard).- La ville et l'urbain.- Paris : Economica, 2006.- Collection VILLES.

<Article>

- BENKO (Georges), Maître de Conférences à l'Université de Paris I-Panthéon Sorbonne - Ville et stratégies de communication et marketing urbain.

<Sites internet>

www.cdu.urbanisme.equipement.gouv.fr
www.artesi-idf.com
www.bordeaux.fr
www.ville-clermont-ferrand.fr
www.dijon.fr
www.ville-grenoble.fr
www.mairie-lille.fr
www.lyon.fr
www.marseille.fr
www.mairie-metz.fr
www.montpellier.fr
www.nancy.fr
www.nantes.fr
www.nice-coteazur.org
www.ville-orleans.fr
www.ville-reims.fr
www.rouen.fr
www.saint-etienne.fr
www.strasbourg.fr
www.toulon.fr
www.toulouse.fr
www.tours.fr

- Fig. 1 : Schéma marketing métropolitain, *p. 18*
- Fig. 2 : Localisation des villes, *p. 20*
- Fig. 3 : Structure page web, *p. 21*
- Fig. 4 : En-tête site internet de Marseille, *p. 21*
- Fig. 5 : En-tête site internet de Bordeaux, *p. 21*
- Fig. 6 : Page d'accueil site internet de Metz, *p. 22*
- Fig. 7 : Page d'accueil site internet de Nantes, *p. 23*
- Fig. 8 : Pied de page site internet de Lyon, *p. 23*
- Fig. 9 : Pied de page site internet de Lille, *p. 23*
- Fig. 10 : Affiches Ville candidate Capitale européenne de la culture 2013 et UNESCO, *p. 24*
- Fig. 11 : Labels sur la page d'accueil, *p. 24*
- Fig. 12 : Carte interactive des quartiers, *p. 24*
- Fig. 13 : Grille de lecture, *p. 26*
- Fig. 14 : Tableau résultats des rubriques, *p. 30*
- Fig. 15 : Graphique rubrique Qualité de vie, *p. 31*
- Fig. 16 : Graphique rubrique Innovation/Recherche, *p. 32*
- Fig. 17 : Graphique rubrique Grands projets, *p. 33*
- Fig. 18 : Graphique rubrique International, *p. 34*
- Fig. 19 : Graphique rubrique Accessibilité, *p. 35*
- Fig. 20 : Graphique rubrique Grand événementiel, *p. 36*
- Fig. 21 : Graphique rubrique Métropole/Labels, *p. 37*
- Fig. 22 : Graphique rubrique Tourisme, *p. 38*
- Fig. 23 : Graphique rubrique Tertiaire Supérieur, *p. 39*
- Fig. 24 : Graphiques sites de Lyon, Montpellier et Saint-Etienne, *p. 41*
- Fig. 25 : Graphiques sites de Strasbourg et Tours, *p. 42*
- Fig. 26 : Graphiques sites de Orléans, Rouen et Toulon, *p. 43*

Fig. 27 : Graphiques sites de Marseille, Nancy et Nice, *p. 44*

Fig. 28 : Graphiques sites de Nantes et Toulouse, *p. 45*

Fig. 29 : Graphiques sites de Bordeaux, Grenoble, *p. 45*

Fig. 30 : Graphiques sites de Lille, Clermont-Ferrand, Reims et Metz, *p. 47*

Fig. 31 : Classement grille de lecture (1) et classement DATAR, *p. 49*

Fig. 32 : Classement grille de lecture (2), *p. 51*

Annexe I : Application de la grille de lecture aux vingt sites internet de ville

Annexe II : Résultats des vingt sites internet de ville suite à l'application de la grille

LYON	Thématique	Sous- thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international			
TGV			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole/Labels			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole, Nantes Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

LILLE	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

NANTES	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises/Quartier d'affaires international			
Quartier d'affaires international			

TOULOUSE	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

GRENOBLE	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

MARSEILLE	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			
Transports/Déplacements			

Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

STRASBOURG	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises/			
Quartier d'affaires international			

BORDEAUX	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
NICE			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

MONTPELLIER	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseaux de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
NANCY			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
DIJON			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, économie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
ROUEN			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
CLERMONT-FERRAND			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
METZ			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
REIMS			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

SAINT-ETIENNE	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
ORLEANS			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieures			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
TOURS			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

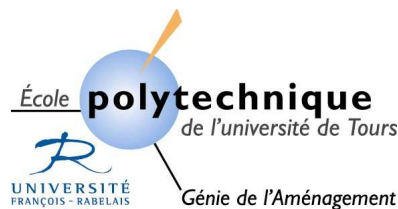
	Thématique	Sous-thématique/ Contenu	Affiche
TOULON			
Qualité de vie			
Qualité de vie			
Culture			
Cadre de vie			
Sécurité			
Grand Projet Urbain-Qualité de ville			
TIC			
Innovation/Recherche			
Innovation/Recherche			
Etablissement de recherche de niveau international (centres, laboratoires)			
Programmes de recherche à l'échelle internationale			
Innovation adoptée par la ville (ex: tram sur pneumatique, cyclo)			
Ecoles/Universités d'envergure internationale consacrées à la recherche/Pôle international/européen(ex: Université Louis Pasteur)			
Grands projets			
Grands projets			
Grands projets d'environnement			
Projet:évolution des fonctions et de l'image du centre			
Projet symbole de la ville(ex: Cité Internationale, Antigone)			
Fonction Internationale			
International/Relations internationales			
Consulats			
Service relations internationales(ex: Maison de Relations Internationales, Direction des Relations Internationales)			
Institutions culturelles internationales(ex: bibliothèque internationale)			
Newsletter/Information sur l'actualité des activités à l'international de la ville			
Citoyens du monde/Communautés étrangères			
Fonctions politiques/institutionnelles européennes ou internationales (ex:Parlement Européen)			
Associations en lien avec l'international			
Organisations internationales(ex: Institut de l'Euro)			
Enseignement international/Ecoles internationales/européennes			
Congrès international			
Réseau de villes			
Accords de coopération			
Villes jumelées			
Programmes internationaux			
Siège de sociétés multinationales/grands groupes européens			
Accessibilité			

Transports/Déplacements			
Ville accessible par une diversité de moyens de transport(avion, bateau, train, route)			
Aéroport international(hub)??			
TGV??			
Offre de transports en commun(tram, bus, métro)			
Grand événementiel			
Grands événements de niveau international			
Manifestation sportive de niveau international			
Manifestations festives internationales			
Salon/Foire international			
Festival international			
Sommet/Forum international			
Métropole			
Présentation atouts ville internationale/métropole(patrimoine, economie, universités, technologies etc.)			
Ville métropole			
Labels de la ville(ex: ville olympique, ville d'art et d'histoire, ville internet)			
Ville candidate (ex: capitale européenne)			
Pouvoir métropolitain:Communauté d'Agglomération/Urbaine (ex: Lille Métropole)			
Tourisme			
Hebergements touristiques: qualité, diversité, capacité			
Classement « patrimoine de l'humanité » par l'Unesco/Patrimoine mondiale			
Gastronomie/Restaurants(ex: capitale mondiale de la gastronomie, capitale mondiale du vin)			
Tourisme d'affaires			
Organisme qui s'occupe de l'organisation des congrès			
Etablissement susceptible d'accueillir les congrès/le grand événementiel			
Services Tertiaires Supérieurs			
Place tertiaire de haut niveau/Services aux entreprises			
Quartier d'affaires international			

Site de:	Qualité de vie	Innovation/Recherche	Grands projets	International	Accessibilité	Grand événementiel	Métropole/Labels	Tourisme	Tertiaire supérieur
Bordeaux	3	0	1	8	3	1	5	6	1
Clermont-Ferrand	3	3	0	1	5	2	1	1	0
Dijon	2	1	3	7	3	0	2	1	0
Grenoble	5	6	2	11	5	0	3	0	0
Lille	9	0	1	4	3	0	3	4	0
Lyon	10	3	2	12	6	4	5	6	1
Marseille	3	1	1	4	7	0	5	2	1
Metz	4	0	1	4	5	1	2	1	0
Montpellier	6	4	4	8	0	2	4	0	0
Nancy	3	0	0	0	4	1	5	1	0
Nantes	3	0	0	5	5	1	6	0	0
Nice	4	1	0	1	6	2	6	2	0
Orléans	7	1	2	2	5	1	0	2	0
Reims	3	1	0	1	6	2	2	3	0
Rouen	3	0	1	1	5	0	0	0	0
Saint-Etienne	7	0	2	9	4	1	2	0	0
Strasbourg	3	1	1	6	7	1	1	0	0
Toulon	6	0	0	0	4	0	0	0	0
Toulouse	4	0	2	5	5	0	5	1	0
Tours	3	1	2	7	5	1	1	2	0

CITERES
UMR 6173
Cités, Territoires,
Environnement et Sociétés

Equipe IPA-PE
Ingénierie du Projet
d'Aménagement, Paysage,
Environnement



Département Aménagement
35 allée Ferdinand de Lesseps
BP 30553
37205 TOURS cedex 3

Directeur de recherche :
Thomas Eric

Maruntel Roxana
Projet de Fin d'Etudes
DA5
2007-2008

Résumé : (250 mots environ)

En réponse à la concurrence entre les villes, les collectivités se dotent d'une grande variété d'outils de communication qui s'inscrivent dans des stratégies de marketing urbain. Néanmoins, les collectivités doivent s'adapter aux évolutions et aux progrès des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication). En conséquence, l'intégration des sites internet parmi leurs outils de communication est inéluctable. Les sites internet sont utilisés dans l'optique de créer et de promouvoir une image de ville.

La métropolisation est un phénomène mondial fortement lié aux progressions des nouvelles techniques de l'information. Le rôle des TIC dans la communication promotionnelle des métropoles est considérable.

L'objectif de ce travail de recherche est d'étudier la manière dont les TIC et notamment les sites internet de villes interviennent dans cette communication promotionnelle des métropoles à travers l'image qu'ils reflètent. Cette étude cherche donc à savoir si les sites internet de villes considérées comme métropoles utilisent leurs sites internet pour promouvoir ce statut. L'hypothèse posée pour répondre à cette problématique est qu'il existe un degré d'affichage d'une image de métropole et ce degré est mesurable à partir d'une grille de lecture du site internet. Afin de prouver cette hypothèse une grille de lecture a été élaborée et appliquée aux vingt sites internet de villes.

Suite aux résultats obtenus, des spécificités et de types d'image de métropole ont été mises en évidence. Par ailleurs, un classement a été effectué en vue de montrer le degré d'affichage d'une image de métropole des vingt sites internet de villes étudiés.

Ce travail de recherche met en avant que les sites internet de villes sont des véritables outils de marketing métropolitain.

Mots clés +mots géographiques : sites internet de villes, image de métropole, image de la ville, marketing territorial, métropole, métropolisation, grille de lecture.