



## Conseil économique et social

Distr. générale  
1<sup>er</sup> décembre 2015  
Français  
Original : anglais

---

### Commission du développement social

#### Cinquante-quatrième session

3-12 février 2016

Point 3 a) de l'ordre du jour provisoire\*

**Suite donnée au Sommet mondial pour le développement social et à la vingt-quatrième session extraordinaire de l'Assemblée générale : thème prioritaire : repenser et renforcer le développement social dans le monde contemporain**

### **Déclaration présentée par Interregional Union of Life Help for Mentally Handicapped Persons (Sail of Hope), organisation non gouvernementale dotée du statut consultatif auprès du Conseil économique et social**

Le Secrétaire général a reçu la déclaration ci-après, dont le texte est distribué conformément aux paragraphes 36 et 37 de la résolution 1996/31 du Conseil économique et social.

---

\* E/CN.5/2015/L.2.



## **Promotion du territoire comme base du développement durable à long terme des régions**

La régionalisation est un processus objectif de développement de l'humanité, des sociétés, des pays, des villes et des territoires. Cela permet aux individus de toutes les régions du monde de donner du sens à la vie et de saisir l'importance des différentes régions pour l'ensemble des habitants de notre planète. Par région, nous entendons ici un système socio-culturel et économique ouvert et stable situé dans une zone géographique déterminée. La région est donc le territoire tel que perçu par l'homme, délimité dans l'espace géographique commun et appartenant à la communauté qui y réside. Il est nécessaire de mettre en œuvre une série de mesures de promotion des territoires afin de veiller à ce que nos projets transformateurs soient vraiment utiles aux populations vivant dans ces régions et qu'ils contribuent à instaurer des valeurs communes, à produire des résultats concrets et des profits par l'investissement de capitaux. Par promotion du territoire, nous entendons toutes les étapes du processus de création de valeur d'un territoire, de l'évaluation des possibilités de départ et du concept de développement à la promotion d'une proposition unique pour la région et sa promotion sur la scène internationale. Les outils de promotion du territoire sont conçus pour mettre en avant les avantages de chaque ville ou région particulière du point de vue de leurs résidents actuels ou futurs, des entrepreneurs, des investisseurs et des touristes en tant que consommateurs potentiels de l'ensemble des biens matériels et des services produits sur le territoire concerné.

Par ailleurs, nous devons savoir que notre époque n'est pas seulement celle de l'essor du tourisme de masse, mais aussi celle de l'émergence de nouveaux modes de consommation – et de consommation responsable – de l'environnement régional et urbain dans son ensemble. Il convient d'envisager la mise en place d'une industrie du tourisme au niveau mondial, y compris du tourisme d'affaires, comme réponse économique à ce phénomène nouveau. Compte tenu de la plus grande mobilité de tous et de la possibilité de se rendre rapidement dans n'importe quel endroit du monde, il convient d'évoquer le passage d'une consommation axée sur les biens, les services et les expériences à une consommation de l'environnement dans son ensemble (à savoir le tourisme, les investissements, le cadre de vie) par des couches de la population de plus en plus larges. C'est la raison pour laquelle les jeunes générations et de nombreuses communautés urbaines du monde entier aspirent à une forme de privatisation intellectuelle des territoires et de ce que l'on appelle les espaces publics. Pour les investisseurs, cela offre non seulement des opportunités pour chaque unité de production, mais aussi un « climat propice aux investissements ». Pour les touristes, cela représente un produit touristique global au lieu de biens et de services distincts. Toutefois, cette tendance (que l'on pourrait sous réserve nommer « le tourisme comme nouveau mode de consommation ») ne doit pas être la seule à prendre en compte dans le cadre de l'examen d'une stratégie globale en faveur du développement des villes et des régions et de leur promotion.

La question principale demeure du reste celle de l'avenir de chaque région et de chaque ville spécifique, de leur importance et de leur rôle au niveau mondial, de l'intérêt de vivre dans tel endroit ou de le visiter. Les réponses à ces questions complexes recèlent un potentiel considérable : elles sont à même d'insuffler une nouvelle motivation aux habitants et de leur offrir la possibilité d'attirer des investissements porteurs de changements ou, en d'autres termes, elles permettent la

mise en œuvre de projets en mesure de donner des résultats optimaux en matière de développement socio-économique complexe des villes et des régions.

Trouver un code unique pour un territoire, élaborer une plate-forme d'investissement à impact social (pour des investissements porteurs de changements), entreprendre des projets concrets, élaborer et suggérer une stratégie coordonnée en faveur d'une ville ou d'une région ne sont que quelques unes des tâches qui peuvent être réalisées à l'aide de notre logiciel intégré de promotion du territoire.

---