

**QUELS NOMS POUR LES INTERCOMMUNALITES APRES LA REFORME TERRITORIALE ?**

*BAILLY G.*

*REEDS Lab.(OVSQ), GUYANCOURT, FRANCE*

Depuis une vingtaine d'années, l'intercommunalité n'a cessé de se développer en France. Ces nouveaux territoires de coopération s'imposent désormais comme des niveaux décisionnels incontournables tant en milieu urbain que rural. Dans un climat de concurrence territoriale accrue, les différentes formes de mutualisation de moyens humains et financiers entre communes tentent de concilier efficacité économique et justice sociale. Néanmoins, ces territoires intercommunaux sont également porteurs des projets politiques soutenus par les élus locaux. Le nom donné à chacun de ces nouveaux espaces de coopérations municipales constitue souvent un premier révélateur de ces enjeux politiques et territoriaux attachés à l'échelle locale. Ce poster vise, à travers une topologie toponymique originale, à évaluer les éventuels effets tendanciels et à mesurer si le nom reflète les intentions politiques ou les identités locales. Par ailleurs, il interroge la notion de territoires évolutifs pertinents annoncée par la loi du 16 décembre 2010 qui s'accompagne d'un durcissement du discours étatique rationalisateur.

Une étude exhaustive, une typologie de ces noms à l'échelle française est susceptible d'en rendre compte grâce à l'analyse spatiale. Nous présentons une classification d'EPCI typé selon leurs toponymes pour voir leurs caractéristiques par le jeu de la localisation.

La nomination des territoires de coopération n'est pas neutre et les tendances dégagées précédemment ouvrent des pistes sur les logiques des politiques de marketing territorial. Les responsables « intercommunaux » se jaugent au travers de politiques de communications « internes », ou « externes » vantant les ressources et projets territoriaux. Et si la géographie sert parfois à faire la guerre, dans le cadre du marketing territorial c'est de guerre économique et de concurrence entre territoires qu'il s'agit. Ainsi, le vocabulaire et les techniques de l'art de la vente se fondent souvent avec des processus de défense ou de fabrication d'une identité locale nés de compromis internes parfois difficiles. Pour vendre de la réalité géographique, il faut un discours adapté qui colle au plus près des habitudes des citoyens électeurs et des références et pratiques des investisseurs.

Finalement, la grande variété des dénominations des territoires de coopération intercommunale, montre quelques grandes tendances qui méritent d'être confrontées à l'analyse de l'intégralité des supports de communication des politiques territoriales des groupements de communes et à être mis en regard de leurs politiques effectives. Les fusions annoncées (horizontales et verticales), l'apparition de nouvelles formules de coopération (pôles métropolitains, métropoles) ou de vieux serpents de mer (la commune nouvelle) posent la problématique de l'identification de nouvelles entités géographiques mouvantes dont le citoyen peine à identifier les limites et la portée politique. Des frontières vont s'estomper, (fusion communales), fusions d'EPCI (syndicales et de projets), d'autres s'esquisser. Comment qualifier ces territoires, les ancrer dans les esprits et les habitudes de vie ? Quels projets politiques vont émerger de ce redécoupage général ? Acte III d'une décentralisation ou d'une recentralisation à peine déguisée ? Réforme consensuelle ou gerrymandering ? Ces révélateurs toponymiques sont lourds de signification tant ils interrogent la notion de contrôle et de pouvoir à travers la quête de la maille idéale et de sa poursuite chimérique au gré des changements de régimes politiques. La réforme territoriale du 16 décembre 2010 est-elle annonciatrice de changements territoriaux brutaux et donc toponymiques?