

**L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ : UNE RÉPONSE AUX DÉFIS
MAJEURS DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE**

PROJET D'AVIS

présenté au nom

de la section des économies régionales et de l'aménagement du territoire

par

M. Pierre Martin, rapporteur

SOMMAIRE

I	- LA PROXIMITÉ : UNE VALEUR QUI CORRESPOND DE PLUS EN PLUS AUX ATTENTES DE LA SOCIÉTÉ.....	2
	A - DES SIGNES RÉVÉLATEURS	2
	B - UNE MANIFESTATION SYMPTOMATIQUE DANS LE SECTEUR PRÉSENTIEL : LE COMMERCE ET LA DISTRIBUTION.....	3
	1. De nouvelles habitudes de consommation apparaissent.....	3
	2. Ces évolutions favorisent l'économie de proximité	4
	3. La grande distribution s'adapte aussi	5
	C - UN PAN PRODUCTIF MÉCONNU	5
	1. Les pôles de compétitivité	6
	2. Les clusters territoriaux	6
II	- L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ : DES ATOUTS MAIS AUSSI DES LIMITES.....	7
	A - TIRER PARTI DES ATOUTS DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ	7
	1. L'économie de proximité restaure la relation de confiance.....	7
	2. L'économie « présenteielle » anime les territoires et irrigue le cadre de vie.	7
	3. L'économie de proximité investit les « activités d'attention »	8
	4. L'économie de proximité est une des réponses au défi environnemental.....	8
	5. L'économie de proximité favorise la relocalisation des activités.....	9
	6. L'économie de proximité facilite l'insertion dans la vie professionnelle	9
	7. L'économie de proximité dynamise l'emploi.....	9
	8. L'économie de proximité accompagne la mutation des espaces ruraux.....	10
	9. L'économie de proximité, un potentiel pour le rayonnement international de la France.....	11
	B - NE PAS SURESTIMER LES BIENFAITS DE LA PROXIMITÉ ...	12
	1. La proximité, une dimension à relativiser	12
	2. La multiplication des conflits, un risque non négligeable	12
	3. Des effets controversés.....	12
III	- FAIRE DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ UN PILIER DE NOTRE ÉCONOMIE	13

A - RECONNAÎTRE L'APPORT DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ À LA RICHESSE PRODUITE	13
B - LEVER LES FREINS À SON DÉVELOPPEMENT	14
1. Sortir de la proximité géographique et du court terme	14
2. Passer à une vision endogène du développement local dans les politiques publiques	14
3. Faire passer les aménités au premier plan dans les politiques publiques.....	15
4. Inverser la logique de développement.....	15
5. Créer les conditions du dynamisme entrepreneurial.....	16
C - SOUTENIR L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ EN L'INSCRIVANT DANS LA MONDIALISATION.....	17
1. Veiller à l'équilibre entre ses deux composantes : présentielle et productive	17
2. Faire de l'économie de proximité un levier pour un bien-être plus « durable ».....	18
3. Assurer la complémentarité entre mondialisation et proximité	19
4. Utiliser la proximité contre l'uniformisation entraînée par la globalisation.....	20
5. Développer la proximité d'organisation sur les territoires	20
6. Accompagner les acteurs de terrain.....	21

Le 26 janvier 2010, le Bureau du Conseil économique, social et environnemental a confié à la section des économies régionales et de l'aménagement du territoire la préparation d'un rapport et d'un projet d'avis sur *L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française*. La section a désigné M. Pierre Martin comme rapporteur.

*
* *

Pendant plusieurs décennies, la mondialisation s'est imposée comme le moteur principal de la croissance. Aujourd'hui les valeurs liées à la proximité reviennent sur le devant de la scène. Face aux défis que constituent la lutte contre le chômage, l'ampleur des évolutions démographiques et des changements comportementaux des consommateurs, la préservation de l'environnement, l'idée se fait jour peu à peu que l'économie de proximité peut contribuer à atténuer les soubresauts de la vie économique. Dans un contexte de crise mondiale, elle apparaît comme plus compréhensible et plus humaine, en un mot accessible.

L'économie de proximité se définit d'abord comme un mode d'organisation de l'économie autour de la relation directe : relation des entreprises avec les consommateurs, relations entre entreprises, ancrage dans la vie locale. Son objectif est d'augmenter le bien-être en valorisant le territoire par les acteurs qui l'habitent et pour eux.

Elle se définit ensuite par son rapport au développement local. Regroupant sur un territoire des acteurs économiques qui coordonnent leurs activités, elle crée des aménités qui facilitent l'action collective. Elle est également source d'emplois induits et renforce la vitalité du territoire ; mais si les petites entreprises indépendantes font majoritairement partie de l'économie de proximité, elles ne sont pas les seules ; dès lors qu'elles ont un ancrage fort, de grandes entreprises peuvent aussi contribuer au développement territorial.

Au total, l'économie de proximité peut se scinder en deux ensembles complémentaires :

- D'un côté, l'économie présentielle : économie marchande de biens et services résidentiels, activité non marchande de services centrés sur la satisfaction des besoins vitaux des populations, touristes inclus. Elle se compose de métiers qui se développent grâce à des populations consommatrices : alimentation, agriculture, marchés, commerce de proximité, services à la personne, services de santé, conseil en informatique et en nouvelles technologies, entretien de l'habitat, hôtellerie-restauration, etc.

- D'un autre côté, une économie à dominante productive fondée sur la rencontre entre activités économiques : l'installation de plusieurs entités sur un même site permet des effets de synergie et une mutualisation des moyens qui sont sources d'une compétitivité accrue. Ce pan de l'économie de proximité est plutôt tourné vers les activités de service et de conseil aux entreprises, l'économie sociale et solidaire, l'artisanat de pointe et l'industrie. Il regroupe la majeure partie des TPE et PME productives.

La proximité est avant tout affaire de géographie. La réunion des acteurs économiques sur un même lieu est source d'efficacité, de créativité et d'innovation. Cette prédominance de la proximité géographique est également au cœur de l'économie présentielle dans la relation entre acteur économique et client-consommateur : les lieux de proximité sont souvent des endroits où l'on peut se rendre sans prendre sa voiture. Pour les consommateurs, les retraités, la vitalité d'une économie « près de chez soi » est absolument indispensable.

Cependant en soi, l'espace n'est pas générateur de coordination. La proximité géographique n'est pas suffisante pour garantir l'efficacité économique. Elle est un potentiel qui doit être activé par deux autres formes de proximité : d'une part, la proximité de coordination fondée sur les échanges et l'existence de réseaux de relations de différentes natures, associative, professionnelle, politique... et qui peut très bien intervenir en dehors de la proximité géographique, dans des relations de travail à distance par exemple ; d'autre part, la proximité institutionnelle qui fait référence à des liens identitaires ; on se sent appartenir au même territoire ou à une même entité, et cette appartenance détermine une communauté de comportements qui fait que l'on « se reconnaît ».

Le facteur clé de succès d'un territoire repose ainsi sur l'intersection entre ces trois types de proximité : il existe une donnée géographique de base qui permet de la coordination, laquelle ne sera efficace que grâce à des référents communs. Au-delà de l'implication des acteurs, le rôle de la puissance publique est alors fondamental pour favoriser ces synergies.

I - LA PROXIMITÉ : UNE VALEUR QUI CORRESPOND DE PLUS EN PLUS AUX ATTENTES DE LA SOCIÉTÉ

A - DES SIGNES RÉVÉLATEURS

Un certain nombre de signes montrent que l'économie de proximité apparaît, depuis peu, plutôt en phase avec les attentes de la société :

➤ La course au gigantisme commence à susciter quelques doutes et semble atteindre ses limites. Cette prise de conscience touche à la fois la grande industrie et la grande distribution. A force de concentration, le nombre

d'entreprises tend à se restreindre ; de ce fait, la standardisation des produits s'accroît et donc le choix du consommateur risque à terme de se voir compromis.

➤ Grands ensembles et étalement urbain sont de plus en plus contestés de même que la société commence à comprendre que le « progrès » conçu sous un angle strictement matériel et l'exaltation du quantitatif ne rendent pas plus heureux.

➤ L'évolution de la perception du travail, l'avènement d'une société des loisirs, la question de la gestion du temps libre, la tertiarisation de l'économie ont révélé l'importance de nouveaux enjeux : le bien vivre et le vivre ensemble.

➤ Les crises de la dernière décennie touchant l'alimentation ont rendu le consommateur vigilant. Celui-ci exprime son besoin de traçabilité, de qualité, de confiance dans ses interlocuteurs. Ce nouveau regard du consommateur suppose une mutation de la production et de la distribution.

➤ L'inquiétude de l'opinion face à la mondialisation grandit et joue en faveur de l'économie de proximité. En effet, ses activités sont en principe à l'abri de la concurrence internationale car sa production se répartit pour une part en fonction de la présence des consommateurs ; elle n'est donc pas délocalisable.

➤ Un élément conjoncturel, enfin, est venu changer la donne. La capitalisation des entreprises de l'économie de proximité n'étant pas en grande majorité dépendante des fluctuations boursières, celles-ci semblent avoir mieux résisté que d'autres à la crise de l'année 2009.

B - UNE MANIFESTATION SYMPTOMATIQUE DANS LE SECTEUR PRÉSENTIEL : LE COMMERCE ET LA DISTRIBUTION

1. De nouvelles habitudes de consommation apparaissent

➤ Les préoccupations écologiques conduisent à s'interroger sur l'acte de consommation et impliquent de nouveaux comportements d'achat plus responsables. Elles ont suscité, d'une part, l'intérêt croissant pour les produits biologiques, d'autre part, le phénomène des « locavores » qui crée une demande de produits locaux, de façon à diminuer l'empreinte écologique de la plupart des biens de consommation courante.

➤ La grande distribution a perdu une part de son attrait. La médiatisation des crises sanitaires a entamé la confiance des consommateurs. Un certain nombre d'entre eux, en ce début de vingt-et-unième siècle, s'orientent vers une consommation de plus en plus raisonnée qui réponde aux besoins sans en susciter sans cesse de nouveaux : l'étalage de l'abondance fait moins recette.

2. Ces évolutions favorisent l'économie de proximité

➤ La population vieillit, le nombre de personnes seules augmente, le modèle de la famille « couple-enfants » explose, le prix du pétrole est élevé, la crise renforce le besoin de lien social. De ce fait, les consommateurs recherchent davantage de proximité. Ce phénomène se traduit notamment par une fréquentation plus régulière des commerces et des exigences d'accessibilité à pied. Quatre éléments sont très symptomatiques de cette sensibilité à la distance physique : l'attention portée aux circuits courts de la distribution ; la problématique des « food miles », c'est-à-dire du poids carbone des transports induits par certains aliments ; le développement des associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) et des marchés fermiers ; l'accroissement des achats de produits locaux pour alimenter les restaurants scolaires ou d'entreprise.

➤ Alors que la grande distribution a longtemps privilégié le produit dans sa dimension « marketing », les artisans et commerçants de proximité, mais aussi les professionnels libéraux ou les agriculteurs, ont assis leur activité sur leur savoir-faire et une bonne connaissance de chaque client ou fournisseur grâce à une relation personnalisée.

➤ Les engagements du Grenelle de l'environnement ont renforcé l'émergence de nouveaux modes de commercialisation et la part de produits saisonniers et de proximité dans la consommation et la production a augmenté. 16,3 % des exploitations agricoles font de la vente directe, dont 47 % avec transformation des produits, et ce dans toutes les filières. Ce type d'organisation permet à certains producteurs de diversifier leur activité agricole, et surtout de satisfaire une exigence sans cesse grandissante d'authenticité, valorisant les qualités nutritionnelles et de fraîcheur des produits.

Les entreprises qui pratiquent ces circuits courts d'approvisionnement butent sur des écueils qu'elles ont pour l'instant de la peine à surmonter : la difficulté à proposer une offre régulière et pérenne ; la difficulté à produire, à vendre et parfois à transformer en même temps.

➤ On peut estimer que l'ensemble des acteurs de l'économie de proximité gagnerait à se coordonner pour jouer d'effets de synergie et de complémentarité. Il est ainsi nécessaire de bâtir des conventions solides entre les producteurs et les distributeurs, à l'intérieur de chaque territoire, parce que les agriculteurs et les éleveurs ont besoin des distributeurs et parce que les commerçants ont besoin des agriculteurs et des éleveurs.

Ces partenariats entre producteurs et transformateurs devraient viser une stratégie « gagnant-gagnant » de valorisation des produits ; ils devraient également permettre de coordonner des programmes de recherche collective pour une meilleure connaissance des produits à la commercialisation de détail, et ce dans l'intérêt même des consommateurs.

3. La grande distribution s'adapte aussi

➤ Face à l'attrait croissant de la proximité, la grande distribution agit à la fois sur ses implantations et sur la relation au client. C'est ainsi qu'elle réinvestit les villes-centres en proposant de plus en plus de petites surfaces offrant une diversité de produits et services pour répondre à la segmentation de la clientèle.

➤ L'évolution de la distribution est à la fois bonne et mauvaise pour l'économie de proximité. Le modèle économique qui s'imposera sera une hybridation entre les grands groupes et l'économie de proximité. La grande distribution « fait » de la proximité, les acteurs historiques de l'économie de proximité devront donc trouver les moyens de survivre à ses côtés et sur le même territoire en s'attellant à la résolution de trois difficultés :

- le maintien de la diversité de l'offre commerciale de proximité pour éviter la banalisation des produits et services, ce qui suppose de régler les problèmes du coût du foncier en centre ville et d'anticiper les départs en retraite des chefs d'entreprise, qui devraient être massifs ces prochaines années ;
- un problème de logistique amont et aval : il faut être capable d'approvisionner les magasins de manière efficace et de permettre aux consommateurs d'accéder aisément aux marchandises.
- des prix plus élevés que ce qu'on peut trouver en périphérie : l'entrée de la grande distribution sur ces marchés de niche contribue évidemment à faire baisser les prix. Ce qui est réservé au commerce indépendant est cher ; entre les mains de réseaux de grande distribution capables d'organiser des filières, même si le point de vente est petit, des économies d'échelle se réalisent. L'économie de proximité ne pourra résister à cette concurrence que si, grâce à de nouvelles formes coopératives, par exemple celle des groupements locaux, elle parvient elle aussi à organiser des filières production-distribution et si elle bénéficie du soutien des pouvoirs publics en matière de maîtrise foncière.

C - UN PAN PRODUCTIF MÉCONNU

Malgré l'absence de données statistiques précises sur la part productive de l'économie de proximité, celle-ci constitue un enjeu majeur pour le développement local et la croissance française. L'Etat et les collectivités territoriales, depuis les années 1990, ont bien compris l'intérêt d'entretenir la vitalité de l'économie de proximité. Les dispositifs qui favorisent cette sphère productive, plus nombreux que ceux dédiés à l'économie présentielle, interviennent pour la plupart pour faciliter la coordination des acteurs.

1. Les pôles de compétitivité

Ceux-ci associent, à partir d'une aire géographique déterminée, des entreprises et des institutions (centres techniques, universités, centres de recherche). Dans ces pôles qui articulent la compétitivité nationale et internationale d'une part, et le développement territorial d'autre part, les PME de l'économie de proximité sont naturellement présentes, même si leur part est encore trop faible.

2. Les clusters territoriaux

➤ Forme la plus répandue, le Système productif local (SPL) se définit à partir de quatre critères : une concentration géographique d'entreprises souvent de petite taille (PME et TPE) ; une spécialisation poussée autour d'un métier, d'un produit ou d'une technologie ; une mutualisation des moyens, outils et savoir-faire ; des ressources stratégiques organisées pour constituer des foyers d'innovation en interrelation avec le tissu d'entreprises.

La centaine de SPL labellisés représente 18 000 entreprises et 530 000 emplois directs. Les entreprises de l'économie de proximité, les PME et TPE y sont très présentes. Contrairement à la majeure partie des pôles de compétitivité, les SPL ne concernent pas seulement la haute technologie et l'industrie de pointe. Les petites entreprises indépendantes, notamment agricoles, libérales ou artisanales, se fédèrent au sein de réseaux denses spécialisés dans des savoir-faire souvent traditionnels, autour d'une culture des métiers qui réunit la société locale.

Le dispositif a permis de dynamiser des territoires qui peinaient à trouver seuls les clés de leur valorisation. La logique de ces clusters s'appuie sur la complémentarité entre proximité géographique et proximité organisationnelle, sous la houlette des collectivités territoriales.

On peut toutefois formuler deux regrets :

- à l'instar des pôles de compétitivité, les SPL restent très marqués par la volonté politique de développer les activités productives ;
- s'ils ont depuis longtemps accompagné les « grandes PME » dans ces démarches de rassemblement, les responsables politiques n'ont pas assez mis l'accent sur la « petite » économie de proximité.

➤ A cet égard, les pôles d'excellence rurale sont à citer car le poids de l'économie de proximité y est très significatif. Ils privilégient les projets de partenariat entre les collectivités locales et les entreprises privées dans les domaines de la promotion des richesses culturelles et touristiques, la valorisation des ressources naturelles, l'offre de services et l'accueil de nouvelles populations, ainsi que dans les productions industrielles et artisanales, avec en particulier l'utilisation de techniques innovantes.

Tous ces outils partenariaux méritent d'être encouragés et développés. Leur succès montre la nécessité de l'intervention de l'Etat et des collectivités locales pour fédérer les activités, sans laquelle il n'y aurait pas d'efficacité économique.

II - L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ : DES ATOUTS MAIS AUSSI DES LIMITES

A - TIRER PARTI DES ATOUTS DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ

1. L'économie de proximité restaure la relation de confiance

Alors que l'économie mondialisée des échanges se place sous le signe de la compétition internationale, l'économie de proximité est davantage centrée sur les relations humaines :

➤ Entre les acteurs de cette économie d'abord : la confiance permet de rendre compatibles entre eux les intérêts individuels en les faisant coïncider avec l'intérêt collectif ; travailler pour l'ensemble du territoire, c'est augmenter son propre bien-être. La routine, l'adhésion à des valeurs communes font émerger la confiance, facilitant la circulation de l'information, donc la diffusion des innovations.

➤ Dans la relation au consommateur ensuite : elle passe en grande partie par les habitudes et la durée. Elle a l'avantage d'opérer une réduction de l'incertitude ; une longue fréquentation à travers une relation personnalisée instaure de la confiance parce qu'elle diminue l'imprévisibilité des situations.

Pour établir la confiance, les relations de face-à-face conservent un avantage considérable par rapport à l'anonymat des relations à distance, que ce soit entre acteurs ou entre client et acteur.

2. L'économie « présenteielle » anime les territoires et irrigue le cadre de vie.

L'économie de proximité ne cesse de créer un environnement humain qui « fait société ». De façon encore plus sensible dans les collectivités d'Outre-mer, elle anime les quartiers, qui sont autant de « micro-sociétés » organisant la vie collective. Le lien avec l'artisan, l'agriculteur, le commerçant intervient comme un repère dans la vie quotidienne du consommateur. Le commerce de proximité est au plan local un facteur indispensable à l'équilibre urbain car il génère des lieux de convivialité et d'échanges. L'agrégation d'activités autour de « locomotives » (artisanat et commerce alimentaire) crée des « pôles de vie », qui contribuent au dynamisme des quartiers, par des effets d'entraînement.

En contribuant au renforcement du lien social, l'économie de proximité œuvre au développement local dans toutes ses dimensions, économique, sociale et culturelle. C'est la même logique qui prévaut dans l'économie de proximité à

dominante productive, notamment dans l'esprit des coopératives de production : l'entreprise s'appuie et valorise en même temps l'identité locale, en réunissant des personnes partageant un espace commun dans lequel ils peuvent se reconnaître.

3. L'économie de proximité investit les « activités d'attention »

L'économie de proximité contribue aussi à rapprocher les communautés et les générations.

Les questions environnementales et de développement durable ont remis le souci de la planète et de l'humain au cœur de nos préoccupations ; du point de vue d'une stricte analyse de l'emploi, les « activités d'attention » jouissent aujourd'hui d'un attrait qu'ont perdu les activités de production, comme en témoigne leur professionnalisation avec la montée en puissance des associations employeurs. Il est probable que l'économie de demain reposera sur un équilibre entre ces deux types d'activité.

L'organisation même des vies contemporaines, dans des conditions de compression du temps et de gestion de plus en plus complexe de paramètres multiples, conduit chaque individu à ne plus pouvoir réaliser tout ce qu'il veut faire. Combler ce décalage deviendra sans doute bientôt l'un des enjeux des services à la personne. L'économie de proximité a pour atout majeur de pouvoir construire une réponse personnalisée à des besoins grandissants de la population.

Par ailleurs, l'assistance aux personnes âgées passe aujourd'hui davantage par l'entretien d'une vie sociale active, par le maintien d'interactions avec les autres, que par la seule aide médicale. L'économie de proximité peut mettre en œuvre toutes ses capacités de coordination entre métiers pour répondre à ce défi. C'est à la fois un enjeu social, humain, et un enjeu d'aménagement du territoire.

4. L'économie de proximité est une des réponses au défi environnemental

Les gouvernements et la société civile sont engagés dans une réflexion sur l'élaboration d'un nouveau modèle de développement face à l'urgence écologique. L'économie de proximité remet en cause le modèle fondé sur des transports toujours plus nombreux en prônant le recours aux circuits courts d'approvisionnement.

Cette mutation majeure demandera du temps car elle dépend aussi pour partie de l'évolution du pouvoir d'achat. Mais il s'agit, sur le long terme, de promouvoir une économie qui permette d'éviter au maximum l'utilisation de la voiture pour aller faire des courses, de privilégier la consommation de produits locaux, de faire appel à un artisan proche de chez soi pour refaire sa toiture, de regrouper la production de composants par des PME immédiatement au contact de leurs donneurs d'ordre....

Avec ses déplacements courts et ses emplois locaux, l'économie de proximité contribue à la valorisation de la qualité de vie locale et à la réduction des émissions de CO₂.

5. L'économie de proximité favorise la relocalisation des activités

Promouvoir la relocalisation suppose de replacer le territoire et ses spécificités au cœur de l'activité économique, pour en faire le pilier de l'organisation productive. Les collectivités territoriales ont un vrai travail d'appréciation du tissu économique local mais aussi de communication et de conviction à produire, non seulement pour retenir les entreprises déjà présentes, mais aussi pour en attirer de nouvelles qui pourront recréer de la proximité.

Les secteurs reposant sur des savoir-faire spécifiques confirment que le coût de la main-d'œuvre n'est pas le seul facteur de compétitivité ; il appartient dès lors aux territoires de montrer leur attractivité selon d'autres critères. Deux éléments peuvent constituer de véritables avantages concurrentiels :

➤ Marier relocalisation et innovation : de très petites entreprises, fortement ancrées sur les territoires, peuvent grâce à leurs capacités créatives et d'innovation, attirer et conduire de grands groupes à mettre fin à leur processus de délocalisation. Elles peuvent utilement mettre à profit leur savoir-faire local, parfois ancestral.

➤ Jouer au maximum des effets de proximité organisée : la proximité produit tout un contexte psychologique, humain et comportemental qui, sur le terrain, représente un atout supplémentaire.

6. L'économie de proximité facilite l'insertion dans la vie professionnelle

L'économie de proximité participe à l'effort éducatif de la nation, tout particulièrement par le biais des stages en entreprise et de l'alternance.

Malgré un début de rapprochement entre le monde de l'entreprise et l'école, de grands progrès restent à faire pour valoriser les métiers auprès du corps enseignant et des familles mais également pour adapter le contenu de la formation aux évolutions techniques des filières professionnelles.

Il y a sur ce point un important travail à accomplir pour que l'économie de proximité joue pleinement son rôle d'intégrateur dans la vie professionnelle.

7. L'économie de proximité dynamise l'emploi

Le potentiel de création d'emplois dans l'économie de proximité est conséquent. Mais, au-delà des chiffres, il faut surtout souligner l'ancrage territorial de ces emplois et leur caractère non délocalisable qui contribuent à leur pérennité.

L'économie de proximité produit un contexte d'emploi plus stable, les relations facilitées entre les entreprises et les populations locales permettant de déclencher des mécanismes d'entraide en cas de rupture. Par ailleurs, l'appartenance d'une partie de l'économie de proximité aux secteurs de basse et moyenne technologies lui donne une très grande capacité de réinsertion ; en effet, il est possible de reprendre à la base la formation d'une personne en rupture avec la vie professionnelle depuis plusieurs années, dès lors qu'elle possède les codes de la société ou de l'entreprise.

Cette vitalité de l'économie de proximité en termes de création d'emplois devrait aller en s'amplifiant. Elle peut en effet répondre à trois enjeux : le nombre important de postes à pourvoir dans les secteurs en tension ; le départ en retraite d'un nombre important de dirigeants d'entreprises ; l'avènement de nouveaux métiers liés à l'écologie.

8. L'économie de proximité accompagne la mutation des espaces ruraux

La part agricole de l'économie de proximité a connu ces dernières années de très profondes mutations : la réorientation de la politique agricole vers de nouveaux modes de production ; la diversification des démarches de commercialisation des produits agricoles, avec le retour de la vente directe dans les habitudes des Français ; la diversification des métiers dans les territoires ruraux et la redéfinition des activités du paysan, qui devient parfois en même temps vendeur, restaurateur, cuisinier, hôtelier....

Sous l'effet de ces mutations, et d'une réalité économique difficile, les espaces ruraux recouvrent des écarts considérables de production et de développement agricoles : ainsi par exemple, certains agriculteurs, directement en prise avec les marchés internationaux, ne peuvent plus répondre à la demande locale tandis que d'autres se sont lancés dans l'économie de proximité.

La diversification des activités de proximité dans ces territoires ne doit pas masquer le caractère essentiel des activités agricoles productives qui nourrissent le pays et correspondent à la définition ancestrale de la campagne. Le développement des circuits courts d'approvisionnement est un phénomène positif car il valorise cette campagne productive qui doit continuer d'exister. En demeurant dans la sphère de l'économie de proximité présenteielle, ils ne suffisent pas à engager les campagnes sur la voie de l'innovation.

Or les campagnes sont aujourd'hui des lieux privilégiés pour le développement de technologies de pointe dans le domaine des énergies vertes : biomasse, géothermie, énergie solaire, recyclage des déchets. Ces multiples activités laissent à penser que de nombreuses petites entreprises innovantes pourraient y faire vivre une économie de proximité à dominante productive.

D'une manière générale, il serait opportun de mettre en œuvre une politique incitative en faveur de l'ensemble des acteurs ruraux afin qu'ils soient mieux soutenus et mieux reconnus dans leur participation à la vie des campagnes et à la valorisation des ressources naturelles. L'accompagnement des agriculteurs qui s'engagent dans des activités d'accueil est d'autant plus nécessaire que les exigences de la société à leur égard ne cessent de s'accroître : la généralisation des standards urbains fait que le monde rural doit répondre aux mêmes exigences de confort, de service, d'accueil, d'hygiène, de qualité que celles que produit la ville.

C'est pourquoi, sur le terrain de la ruralité, la notion de proximité apporte des réponses à des problèmes parfois mal vécus. Les acteurs de l'économie de proximité, agriculteurs mais aussi tous ceux qui participent à la vie rurale, sont souvent ceux qui permettent aux campagnes de vivre plus sereinement des mutations d'autant plus difficiles qu'elles sont brutales.

9. L'économie de proximité, un potentiel pour le rayonnement international de la France

La France est l'un des pays d'Europe dont les savoir-faire spécifiques sont les plus pointus. Or nombre de ses PME et TPE, notamment celles appartenant à l'économie de proximité, peinent à jouer la carte de l'innovation alors qu'il existe pourtant dans cette économie un potentiel de rayonnement largement inexploité.

➤ La première raison en est le manque de temps de leurs dirigeants. Pour contribuer au rayonnement de la France, toute entreprise doit développer une démarche permanente d'innovation ; elle doit apprendre à fabriquer, lancer et vendre de nouveaux produits ; elle doit encourager la créativité, s'organiser, évaluer les risques et la pertinence de ses choix ; et ce tout en gérant les opérations quotidiennes.

➤ Par ailleurs, participer au rayonnement international, loin d'être une simple affaire d'exportations, implique aussi un travail de communication pour diffuser l'innovation et la faire connaître à l'international ; ce travail est presque aussi important que celui qu'il faut fournir pour la mettre au point.

➤ Enfin, innover c'est prendre le risque d'échouer tout en consentant des investissements souvent importants.

Sur ces différents points, les entreprises de l'économie de proximité souffrent d'un manque de soutien dans leurs tentatives internationales. Il conviendrait d'amplifier l'action publique en leur faveur (accès aux grands salons professionnels, reconnaissance des savoir-faire...) et d'adapter le plan d'accompagnement des entreprises à l'export mis en place en février 2008 à la situation spécifique des TPE (volontaires internationaux en entreprises, assurances crédit, portage de projet ...).

B - NE PAS SURESTIMER LES BIENFAITS DE LA PROXIMITÉ

1. La proximité, une dimension à relativiser

L'intérêt actuel pour la proximité ne doit pas masquer le fait qu'elle est une valeur relative. Par exemple, les consommateurs préfèrent souvent des services regroupés au chef-lieu de la communauté de communes, plutôt qu'offerts dans les communes elles-mêmes, s'ils leur permettent de gagner en efficacité ou en qualité.

D'autres facteurs de relativisation méritent d'être mentionnés :

➤ En France, la majorité de la création de richesses provient d'un nombre limité de territoires à forte concentration d'activités.

➤ Les déplacements quotidiens domicile/travail d'une part, les déplacements hebdomadaires de fin de semaine de l'autre, créent un phénomène de bi-résidentialité qui constitue un double facteur d'évolution de l'économie de proximité.

➤ Le développement rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC) influe de façon importante sur l'aménagement du territoire ; l'accès au très haut débit devient une condition essentielle pour conforter les territoires les plus enclavés ; la communication entre les hommes et les entreprises s'effectue désormais dans des conditions complètement différentes du fait d'internet.

2. La multiplication des conflits, un risque non négligeable

La proximité n'est pas toujours porteuse d'harmonie. Si pour quelques acteurs la proximité est choisie, pour d'autres elle est subie. Cette proximité subie peut donner lieu à des conflits soit d'usage entre acteurs, conséquence de la rareté de certaines ressources, soit de voisinage entre ces acteurs et leur environnement spatial (nuisances liées à une activité, zonage, concurrence foncière..). Leur fréquence a pour résultat qu'il devient de plus en plus difficile de mettre en place des projets, par exemple d'infrastructures. C'est justement l'exercice de la proximité organisée qui reste le rempart le plus efficace contre ces conflits parce qu'elle comporte des vertus atténuatrices et préventives, grâce aux logiques d'appartenance qu'elle génère.

3. Des effets controversés

L'actuel regain d'intérêt pour la proximité ne doit pas laisser croire aux acteurs de l'économie de proximité qu'ils ont partie gagnée ; des menaces pèsent sur cette économie, qui vont nécessiter de leur part une réaction adaptée.

➤ L'image de l'économie de proximité, retour à la tradition, à la nature, est née d'un besoin de rassurer. Mais ce mouvement n'est pas irréversible et peut n'être qu'un épiphénomène.

➤ Au regard des évolutions démographiques, la tendance est toujours à l'étalement urbain. Le développement de l'appareil commercial se poursuit de façon privilégiée dans les zones périurbaines détachées des populations.

➤ Une part croissante du commerce bascule du magasin vers internet et des logiques de plus en plus tournées vers les services sont en train de s'affirmer qui vont faire apparaître des manières d'entrer en relation avec le client radicalement différentes de celles qu'on connaît aujourd'hui.

III - FAIRE DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ UN PILIER DE NOTRE ÉCONOMIE

A - RECONNAÎTRE L'APPORT DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ À LA RICHESSE PRODUITE

➤ L'économie de proximité occupe une place importante dans l'économie globale. S'il n'existe aujourd'hui aucune mesure de cette économie en tant qu'ensemble, on peut toutefois par approche estimer que :

- même si la part des revenus qu'elle génère est assez faible en moyenne nationale (34 %), la sphère présentielle, dans laquelle l'économie de proximité prend une part majeure, représentait en 2005, selon l'INSEE, 40 % de l'emploi salarié en France, auquel s'ajoute un nombre important d'emploi non salarié ;
- ces chiffres doivent encore être augmentés de tous les emplois, salariés ou non, de la part « productive » de l'économie de proximité ;
- il faut aussi tenir compte du fait qu'ils incluent les activités présentielles de service public ;
- ces chiffres doivent enfin être nuancés en considérant que les productions et services présentiels sont surreprésentés dans les territoires très marqués par le tourisme et la présence des retraités, alors qu'ils sont nettement moins représentés dans les territoires les plus « productifs », notamment les plus industriels.

➤ Mais, au-delà de ces statistiques limitées aux emplois directs, mesurer réellement l'impact de l'économie de proximité suppose de :

- Prendre en compte tous les effets induits, c'est-à-dire tous les avantages économiques produits par les territoires rendus attractifs par la présence d'un fort maillage de proximité.
- Intégrer la plus-value sociale qui en découle, c'est-à-dire les aménités qui améliorent la qualité de vie et renforcent le lien social entre les gens.

- Compléter l'actuel indicateur du PIB par des indicateurs basés sur le progrès social et le développement humain, conformément aux recommandations du CESE dans son avis en date du 27 mai 2009 rapporté par Philippe Le Clézio et plus récemment à celles du rapport Stiglitz.

B - LEVER LES FREINS À SON DÉVELOPPEMENT

1. Sortir de la proximité géographique et du court terme

L'action publique focalise son action sur la proximité géographique des entreprises. Il est plus facile en effet d'attirer une grande entreprise ou de déterminer un lieu et d'y installer des entreprises que de construire un projet de long terme avec des partenaires multiples. En tout cas, cette proximité spatiale ne suffit pas à favoriser les synergies. Au contraire, elle peut aboutir à la logique souvent contreproductive du « localisme ».

Le rôle des acteurs publics ne doit pas se résumer à un rôle de facilitateur ; il doit aller jusqu'au choix d'un mode de préparation des décisions qui permette une coordination des initiatives et donc un aménagement concerté des territoires. C'est à cette condition seulement qu'à la proximité géographique s'ajoutera une proximité d'organisation.

Pour cela, il importe que l'action politique s'inscrive dans une vision stratégique à long terme. Il faut en effet du temps pour que les systèmes de coopération fonctionnent. Les plus efficaces d'entre eux sont ceux qui ont une histoire. Ainsi, même si la conjoncture change, les systèmes de coopération perdurent et peuvent se réinvestir sur d'autres projets. En revanche, il est très difficile d'installer de nouveaux systèmes à partir de rien.

2. Passer à une vision endogène du développement local dans les politiques publiques

Le développement local se définit comme la co-construction de l'entreprise et du territoire. Le territoire fournit à l'entreprise un terroir, des richesses naturelles, des infrastructures, une communauté humaine, une force de travail, un cadre de vie. De son côté, l'entreprise offre au territoire de l'activité, de l'aménagement, des ressources financières, de l'emploi, de la consommation, etc. Le développement local, lorsqu'il est couronné de succès, est un cercle vertueux qui s'auto-alimente.

Au moment où la crise économique exacerbe la mise en concurrence des territoires les uns avec les autres, les responsables territoriaux doivent tenir compte de cette construction conjointe dans leur politique d'attractivité, notamment pour éviter l'implantation d'entreprises « nomades » qui iront s'installer ailleurs si les conditions y sont meilleures.

La clé du développement local se situe essentiellement dans la mise en valeur des ressources propres d'un territoire par ceux qui en connaissent toutes les richesses, c'est-à-dire notamment les acteurs de l'économie de proximité. La gouvernance territoriale devrait, dans une logique endogène, s'attacher à favoriser une attractivité qui soit le produit du territoire lui-même, notamment en encourageant les acteurs déjà présents sur le terrain à développer des activités en lien direct avec ce territoire.

3. Faire passer les aménités au premier plan dans les politiques publiques

➤ Pour la réussite d'un territoire, il semble que les deux pans de l'économie de proximité doivent être articulés : la dimension productive et innovante, reposant sur de fortes interactions et d'excellentes capacités de coordination, n'est possible que si les acteurs trouvent autour d'eux des services publics efficaces, un réseau de communication optimal, un commerce de proximité vigoureux, des professions libérales en nombre assurant des services diversifiés, des agriculteurs susceptibles d'œuvrer à la qualité de vie par l'entretien du paysage et une alimentation saine.

L'action publique ne doit donc pas se borner à favoriser les services marchands produits par le territoire. Elle doit aussi créer un environnement favorable aux entreprises.

➤ Par ailleurs, l'une des sources de désagrégation du lien social est à chercher dans les conséquences d'un urbanisme au sein duquel sont séparées d'un côté des zones commerciales, d'un autre des zones artisanales, d'un autre encore des zones d'habitat.

Un nouvel urbanisme, fondé sur des lieux multifonctionnels, sur davantage de mixité entre habitat, production, consommation, services, artisanat, mais aussi entre populations, doit prévaloir. Dans le même esprit, il faudrait freiner, tout au moins organiser, l'étalement urbain : s'il continue dans les années à venir, la France de demain sera une ville sans limites dans laquelle on assistera à un brouillage des territoires, ne sachant plus ce qui relève de l'urbain, du périurbain et du rural.

Axer l'urbanisme sur la proximité en stoppant la logique de la périurbanisation et en rapprochant l'habitat des lieux de consommation implique une volonté politique forte pour renforcer la présence de l'économie de proximité dans les centres-villes et, en zones périphériques, recréer des lieux de convivialité où l'on se rencontre.

4. Inverser la logique de développement

Depuis les années 1980, l'aménagement du territoire continue à faire l'objet de logiques essentiellement verticales, ce qui garantit une cohérence d'ensemble des dispositifs ainsi centralisés, mais comporte l'inconvénient

d'éloigner leur mise en oeuvre des attentes des acteurs de terrain. Par ailleurs, la grande disparité des territoires s'oppose de plus en plus à la diffusion de modèles standardisés et applicables uniformément.

Ces deux arguments plaident en faveur d'une approche « sur-mesure », partant du terrain.

➤ Elle implique de doter les élus d'outils de diagnostic territorial pour analyser les capacités de développement à partir des réseaux de proximité existants. Elle devrait conduire à accompagner les acteurs au niveau de l'ingénierie des procédures de coordination.

➤ Elle conduit également à exploiter davantage la notion de territoire de projet, qui repose sur l'idée qu'il faut parfois sortir des limites administratives pour construire une ingénierie spécifique en fonction des différents types de projet.

5. Créer les conditions du dynamisme entrepreneurial

Créateurs de richesse et de dynamisme local, les acteurs de l'économie de proximité contribuent à la qualité de vie et au développement de l'emploi. Pour garantir leur pérennité et réintroduire une « commercialité » dans les quartiers qui en ont besoin, il faut une volonté politique forte. Celle-ci doit agir sur plusieurs fronts : la négociation avec les bailleurs pour faire baisser le prix des loyers lors du renouvellement de certains baux, voire le refus d'extension de grande surface pour assurer la diversité de l'offre commerciale, comme vient de le pratiquer le maire de Paris dans plusieurs arrondissements de la capitale.

Dans un contexte économique particulièrement tendu, les entreprises ont besoin plus que jamais du soutien des banques et des assurances. Le lancement de l'observatoire du financement des entreprises et la prolongation de l'appui du médiateur du crédit aux entreprises qui rencontrent des difficultés avec leur banque en matière de financement et de trésorerie, devraient jouer un rôle important dans le retour à la confiance et la sécurisation des acteurs. A terme, il faudra néanmoins tendre vers un retour normal de l'accès au crédit, ce qui suppose de revenir à des normes prudentielles acceptables et surtout à une décentralisation réelle des décisions de financement au niveau local.

Parallèlement, il conviendrait là où c'est nécessaire de développer des modes de financement public (avances remboursables, prêts à taux zéro, aides régionales...) en complément des mécanismes de cautionnement dans le respect de la législation européenne. Dans ce cadre, les régions Bourgogne, Limousin, Rhône-Alpes sont allées jusqu'à les conditionner à la création d'emplois, exerçant ainsi un effet de levier sur l'économie locale.

Il serait bon également de mettre en place des instances plus proches des porteurs de projets à l'image des plateformes d'initiative locale. Ce dispositif offre un véritable soutien de proximité aux acteurs locaux, sur le mode très concret de la diffusion des bonnes pratiques et de l'exemplarité, et à une échelle

suffisamment fine pour que se crée une familiarité entre organisme et porteur de projet. Il repose sur trois piliers dont on pourrait s'inspirer pour réformer les systèmes d'accompagnement des porteurs de projet : son ancrage local ; son organisation très décentralisée ; son caractère partenarial.

Chaque année 30 000 entreprises sont concernées par un départ à la retraite de leurs dirigeants ; il faudrait donc généraliser « les fonds de soutien à la reprise d'entreprise ». Pour les repreneurs ne disposant pas de mise de départ suffisante, ce dispositif déjà en place dans certaines régions de France remporte un vif succès en permettant la concrétisation des projets de transmission d'entreprise.

Plus globalement les entreprises attendent des pouvoirs publics une simplification et une permanence des dispositifs de soutien à l'économie et aux particuliers. En effet, leur remise en cause chaque année nuit à leur efficacité et l'abondance des acteurs et institutions impliqués crée un sentiment de dispersion et d'opacité. Une lisibilité à long terme est indispensable aux acteurs économiques autant qu'à leurs clients.

C - SOUTENIR L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ EN L'INSCRIVANT DANS LA MONDIALISATION

1. Veiller à l'équilibre entre ses deux composantes : présentielle et productive

➤ La tentation de réduire l'économie de proximité à sa part présentielle est grande car c'est la plus visible et la plus concrète de ses dimensions. Un tel cantonnement de l'économie de proximité est à la fois :

- Dangereux car il risque d'aboutir au « verrouillage » des territoires en les enfermant dans un véritable cloisonnement allant jusqu'à devenir un handicap pour l'économie française.
- Économiquement contreproductif car, à trop miser sur la part résidentielle, on creuserait le fossé entre les régions françaises. En effet, de la même manière que le « tout productif » serait une impasse surtout s'il est concentré sur la mono-activité, le « tout résidentiel » serait une erreur car il conduirait à faire de la France « un parc à thèmes ».

Il faut donc travailler à opérer un rééquilibrage entre les deux pans de l'économie de proximité, en favorisant la part productive sans laquelle d'ailleurs il ne pourra y avoir de redistribution de revenus.

➤ Au moment où l'Europe reconnaît l'importance d'une base technologique industrielle forte, la France doit pouvoir mettre en avant la richesse de ses pôles de compétitivité. A cette fin, il faut revoir leur classification et favoriser les coopérations au niveau des secteurs ou des régions pour décupler les capacités de développement et bénéficier d'économies d'échelle.

Etant devenue un des éléments clé de la stratégie des territoires, cette politique devrait être intégrée à la nouvelle génération des contrats de projets et aux schémas régionaux de développement économique pour gagner en cohérence et éviter les effets pervers d'une trop grande spécialisation territoriale. Ainsi l'utilisation des fonds publics pourra être mieux identifiée et surtout mieux orientée pour tenir compte des besoins de l'ensemble des acteurs des territoires et pas uniquement de ceux liés à ces pôles. Le travail de cartographie du tissu économique local, de ses ressources et savoir-faire est à cet égard essentiel au repérage d'entreprises innovantes ou projets « collaboratifs ».

A cette occasion, l'ensemble des dispositifs partenariaux (SPL, clusters, grappes, pôles d'excellence rurale, pôles d'innovation propres au secteur de l'artisanat) devraient être confortés car ils peuvent aussi contribuer à la dynamique des territoires, à condition de les faire bénéficier des améliorations en matière de simplification des procédures, de réduction des délais d'instruction des dossiers, d'adaptation des dispositifs financiers....

Le CESE note avec satisfaction la décision du CIADT du 11 mai 2010 de tirer profit de l'expérience du soutien aux « grappes d'entreprises » pour identifier les types de clusters utiles qui n'ont pas été soutenus au titre de la politique des pôles (clusters orientés marchés, secteurs avec peu de R&D comme les services, les industries créatives ou le tourisme...). Il approuve l'objectif de définir une politique globale nationale des pôles et autres clusters, qui articule les soutiens à l'ensemble des types de clusters.

➤ La politique des pôles de production compétitive à vocation exportatrice n'expliquant que 20 à 25 % des revenus des territoires, il faut savoir que, sur le reste de la production, il est possible d'innover dans le domaine du management, du commerce, de la santé, de l'organisation pour améliorer un autre atout de la France à savoir « sa qualité de vie ». A titre d'exemple, face à la désertification médicale, de nouvelles formes d'organisation peuvent émerger comme les réseaux territoriaux de santé et les maisons pluridisciplinaires.

2. Faire de l'économie de proximité un levier pour un bien-être plus « durable »

Soutenir l'économie de proximité constitue une des voies de réponse aux grands enjeux du développement durable ; à cet égard, cinq types d'action mériteraient d'être engagés :

➤ Placer la lutte contre le gaspillage au rang de priorité nationale : agir en amont sur l'innovation de produits durables et le recyclage des matériaux et composants ; encourager les productions locales et les métiers de la réparation et plus globalement sensibiliser et former aux comportements citoyens.

➤ Encourager les échanges selon des circuits courts d'approvisionnement. Il s'agit de procéder à un découpage de zones d'échange nécessitant peu de transports. Le rayon de ces zones pourrait être déterminé par les collectivités

territoriales avec l'appui du secteur coopératif afin de mieux structurer l'offre de production et de distribution en fonction de cette contrainte environnementale.

➤ Contribuer à restreindre les « échanges croisés » en favorisant l'utilisation des produits disponibles localement.

➤ Valoriser les produits spécifiques aux territoires, riches en savoir-faire traditionnels locaux en mettant en avant l'origine et la traçabilité de ces produits. A cet égard, les initiatives des coopératives agricoles de l'Aquitaine d'approvisionnement en productions locales de la restauration collective, méritent d'être encouragées et développées dans d'autres régions.

➤ Engager les acteurs de l'économie de proximité dans un développement plus « vert », ce qui impose d'identifier les métiers concernés, les besoins d'investissement de mise en conformité mais également en formation afin de prévoir au plus vite l'adaptation des référentiels des formations initiales et continues.

3. Assurer la complémentarité entre mondialisation et proximité

➤ L'économie de proximité n'est pas une alternative à la mondialisation : l'une et l'autre ne peuvent être un facteur de développement que dans la complémentarité. L'économie mondialisée s'exporte davantage si elle reconnaît sa base : qui produit ce qu'elle vend, où, avec quelle identité. Plus il y a de mondialisation, plus l'ancrage est nécessaire.

➤ Economie de proximité ne veut pas dire enfermement. La géographie des compétences conduit à la concurrence entre territoires, car certains sont évidemment mieux lotis que d'autres. Cette concurrence favorise aussi le lien entre de petites PME appartenant à des pays différents. Il ne faut pas négliger ces îlots de croissance même de dimension modeste, car ils peuvent permettre à des petites, voire de très petites entreprises, grâce à leurs savoir-faire pointus, d'entrer de plain-pied dans la mondialisation tout en participant à l'essor de leur région.

➤ L'un des grands enjeux de notre époque contemporaine est d'imaginer de nouvelles interrelations entre économie de proximité et globalisation. Les territoires sont déjà fortement intégrés dans les flux mondiaux, mais il faut aller plus loin, en empruntant notamment deux voies qui méritent intérêt :

- Communiquer mieux et davantage à l'international sur le cadre de vie offert par la plupart des territoires français. C'est en insistant sur les spécificités territoriales que l'on attirera des élites de plus en plus sensibles au meilleur endroit où développer leur carrière et installer leur famille.
- Insérer les territoires dans le système mondialisé à travers un réseau d'interdépendances économique, sociale, culturelle et environnementale à l'instar des collectivités ultramarines françaises

qui sont, par leur situation géographique, des partenaires privilégiés des pays étrangers voisins.

4. Utiliser la proximité contre l'uniformisation entraînée par la globalisation

Aujourd'hui, les migrations mélangent les univers culturels, de telle sorte que partout fleurissent des grandes surfaces, des aéroports, des stations-service, des chaînes hôtelières, qui constituent un monde commun où chacun peut trouver ses repères, aussi loin qu'il soit de son territoire d'origine.

Pour éviter un appauvrissement des identités culturelles, il importe, à l'échelle d'un territoire donné, de recomposer sans cesse les différences culturelles à partir d'ancrages forts ou de supports d'identité dont l'économie de proximité, avec d'autres composantes de la société, est porteuse.

La mondialisation implique d'inventer des normes (normes qualité, normes ISO, etc.). Ainsi, la création de normes patrimoniales protège l'unicité d'une production et défend sa spécificité. Lorsque le consommateur achète un produit labellisé, il achète un produit ancré dont il a la garantie qu'il est fabriqué localement.

Mais il y a plus : pour assurer sa propre santé économique, l'économie globalisée a besoin de cet ancrage de produits porteurs de sens, de territoire, plutôt que de prendre un risque sur un autre produit sans origine et sans identité. L'ancrage est de plus en plus un argument de vente.

Pour s'inscrire dans un processus d'inter-territorialité, les acteurs de la proximité doivent là également pouvoir bénéficier d'outils de diagnostic territorial. Car c'est par la connaissance de toutes les potentialités d'un territoire qu'une logique d'ancrage pourra se construire.

5. Développer la proximité d'organisation sur les territoires

➤ La prééminence de la proximité organisationnelle sur la proximité spatiale comme facteur de vitalité économique est incontestable car elle permet aux acteurs de se coordonner et de mutualiser leurs ressources.

Face aux mutations de la société, les acteurs de l'économie de proximité doivent se fédérer autour de leurs valeurs d'ouverture humaine et de sens du service. Faire vivre ces valeurs passe en particulier par un rapprochement avec les acteurs de l'économie sociale pour bénéficier de structures de coordination, sur le modèle des coopératives (de production, de distribution, d'emploi, etc.), qui leur permettront de mieux s'armer contre la concurrence.

➤ L'importance de la proximité organisationnelle est encore plus sensible dans le contexte d'une économie ouverte.

C'est ici que les formes coopératives ont un rôle important à jouer pour aider les petites entreprises à contribuer à la création de valeur ajoutée. Les exemples du vin de Champagne et des jouets dans le Queyras sont éloquentes en

la matière dans la mesure où, grâce à des Sociétés coopératives de production (SCOP), des petites entreprises ont pu mutualiser la gestion, le stockage, l'assurance, la fabrication, et ainsi augmenter non seulement le volume et la qualité de leur production mais également leur efficacité économique.

Le phénomène des SPL apparaît comme l'une de ces modalités locales d'adaptation au global, et comme un outil qui vient compenser les différences de coûts avec les pays à bas salaires. Il ne s'agit en rien d'un quelconque « enfermement dans le local », mais de l'expression d'une meilleure intégration au monde globalisé dans l'affirmation de la spécificité d'un territoire.

➤ La proximité organisationnelle peut être un facteur d'innovation sociale.

Du fait de leur taille, seul un petit nombre d'entreprises et d'associations relevant du champ de l'économie de proximité ont des structures internes de représentation et d'information du personnel.

Des formes innovantes de représentation des salariés tenant compte des spécificités de ces entreprises sont à envisager à l'échelon territorial ; elles pourraient concourir à une meilleure connaissance des conventions applicables ainsi qu'à une plus grande visibilité sur l'évolution des emplois et des qualifications.

De même, les entreprises de l'économie de proximité doivent mettre en place des systèmes de mutualisation permettant d'offrir à leurs salariés des avantages sociaux analogues à ceux dont bénéficie le personnel des grandes entreprises (crèches, tickets restaurant...).

6. Accompagner les acteurs de terrain

➤ Mettre en place de la proximité de coordination requiert un niveau élevé de compétences sans quoi les initiatives peuvent être désordonnées et finalement inopérantes. C'est pourquoi les acteurs de terrain sont demandeurs d'ingénierie et d'accompagnement notamment pour identifier les partenaires des futures relations de proximité. Il faut donc les aider à élaborer des synergies à tous les niveaux : c'est en particulier le travail des chambres consulaires et des organisations professionnelles, qui doivent permettre aux acteurs d'identifier quels seront les partenaires de leur développement.

➤ La multiplicité des acteurs de l'économie de proximité, appartenant à des secteurs d'activités très divers, rend nécessaire l'affirmation d'une gouvernance territoriale qui orchestre le développement local. Si les entrepreneurs, les associations et les élus constituent le maillage essentiel du développement local, ils n'ont cependant pas le même statut : il est évident que les élus doivent être au centre et à l'initiative du développement local car c'est entre leurs mains qu'une bonne gouvernance peut aboutir à une coordination réellement efficace.

➤ L'importance quantitative des outils de coordination (SPL, technopôle, partenariat public privé...), et la confusion parfois produite par des dispositifs

nombreux relevant de centres de décision trop éclatés, imposent aussi de rendre le système plus lisible.

Pour faciliter l'action des professionnels, il faut rapidement clarifier les procédures, identifier les périmètres de décision, voire confier à l'autorité la plus compétente le rôle de coordonnateur territorial. Ce chef de file, choisi en fonction du projet ou du territoire concerné, veillerait à la cohérence des politiques mises en place, aiderait à la lisibilité des stratégies projetées et pourrait ainsi contribuer à la dynamique locale.

A cet égard, il convient de souligner le travail des agences régionales de développement, dont la mission est de valoriser l'attractivité des territoires, de coordonner les actions de promotion et d'assurer le montage financier des projets. Ces structures partenariales, coordonnées par la DATAR, rassemblent les collectivités territoriales, les milieux économiques et l'Etat.

➤ Dans le même esprit, les schémas de développement local gagneraient à être plus à l'écoute des acteurs de terrain : la puissance publique doit prendre conscience qu'on ne peut exporter partout un modèle de développement unique, et qu'il est plus fructueux de produire, en concertation avec les acteurs, des outils d'analyse de la spécificité des territoires pour les aider à la valoriser.

*
* *

L'économie de proximité est présente sur tout le territoire et pénètre tous les secteurs d'activités ; elle représente un potentiel non négligeable pour répondre à des problématiques majeures pour l'avenir du pays, notamment celle de l'emploi. Elle correspond aujourd'hui de plus en plus aux attentes de la société.

Cette convergence doit être saisie comme une chance pour renforcer une économie qui comporte bien des forces, mais aussi des faiblesses : l'émiettement des acteurs, répartis sur des secteurs et des activités très différents et multiples ; certains inconvénients liés à la petite taille ; la difficulté à dépasser la seule proximité géographique en faveur de la proximité organisée ; la dispersion des dispositifs auxquels les acteurs pourraient davantage faire appel s'ils étaient plus lisibles ; les réponses insuffisantes données à la demande d'ingénierie et d'accompagnement des acteurs de terrain.

L'identification de ces faiblesses conduit à retenir pour l'avenir six grands chantiers :

- Instaurer les conditions d'une véritable synergie entre économie de proximité présentielle et économie productive, sans lesquelles le développement des territoires ne sera ni équilibré ni durable, notamment en créant un environnement diversifié de services et d'infrastructures, favorable aux entreprises.
- Assurer la complémentarité entre proximité et mondialisation en valorisant les produits et les savoir-faire des territoires, qui peuvent être un facteur de compétitivité et d'ouverture à l'international.
- Inventer des partenariats inédits avec les nouveaux entrants que sont notamment la grande distribution en centre-ville et la vente en ligne, pour assurer le maintien, voire l'essor, des acteurs « historiques » de la proximité.
- Rapprocher l'économie de proximité de l'économie sociale pour permettre à ses acteurs de bénéficier d'outils de coordination et de mutualisation, et ainsi de mieux s'armer face à la concurrence, d'éviter des conflits parfois destructeurs et d'offrir à leurs salariés un environnement social de qualité.
- Rendre plus lisibles les dispositifs de soutien aux acteurs de l'économie de proximité et mettre en œuvre une gouvernance territoriale propre à coordonner les politiques, donc à optimiser le développement local.
- Repenser le service public de l'orientation pour assurer une meilleure adéquation de l'offre de formation aux besoins des secteurs d'activités et des territoires.

Du chemin reste donc à parcourir pour que cette économie puisse enfin s'affirmer comme un des piliers de l'économie française. Sa reconnaissance et sa consolidation sont pourtant essentielles. En effet, de par sa dimension humaine, les liens sociaux qu'elle tisse, sa participation à la vie quotidienne des populations et à l'épanouissement des territoires sur lesquels elle s'exerce, l'économie de proximité répond au souci de la société française de contribuer autrement au développement. Elle s'inscrit dans le droit fil d'un renouveau des indicateurs de la richesse produite, qui prenne en compte, à côté de la dimension purement économique, le bien-être des individus et l'impératif d'adopter un mode de développement durable.