

**Assemblée Plénière
Séance du 16 octobre 2015**

AVIS

**L'ECONOMIE DE PROXIMITE,
UNE FORCE POUR LES TERRITOIRES**

ADOPTÉ

**Avis voté à l'unanimité
115 votants**

Rapporteur : Monsieur Didier LASCOUMES

**Conseil Economique, Social et Environnemental
Régional de Midi-Pyrénées**

SOMMAIRE

Extrait du discours du Président du CESER

Extrait du discours du Président du Conseil Régional

AVIS

Extraits de l'intervention de Monsieur Jean-Louis CHAUZY Président du Conseil Economique, Social et Environnemental Régional de Midi-Pyrénées

Monsieur le Président de Région,
Madame, Monsieur le Conseiller,
Madame, Monsieur,

(...)

Avant de vous donner davantage d'informations, je rappelle l'ordre du jour de cette matinée. Deux projets d'avis, dont les travaux ont débuté il y a un an, vont être présentés et soumis au vote ; le premier est relatif à « L'économie de proximité, une force pour les territoires », le rapporteur est Didier LASCOUMES ; le second concerne « La vocation internationale de l'Oncopole de Toulouse », élaboré sous l'égide de la Commission « Santé - Social – Culture » avec le concours de la commission « Recherche - Transfert - Innovation – Energie » ; les rapporteurs sont Dominique MICHEZ et Marielle GAUDOIS. Ces travaux ont pris en compte la dimension de la nouvelle région puisque nous devons contribuer à l'émergence d'une grande région forte économiquement, compétitive aux niveaux national, européen et international et en capacité par conséquent à répondre aux divers enjeux économiques, sociétaux et environnementaux.

(...)

L'économie de proximité

Développer l'économie de la nouvelle région à partir de secteurs innovants comme la santé sera un défi.

Il y a d'autres aspects de l'économie à favoriser car ils permettent de comprendre et de développer la captation des revenus des territoires. L'économie d'un pays, d'une région est plurielle. Sur un territoire, on retrouve à la fois des activités de production (biens industriels ou immatériels) et des activités liées aux besoins de proximité en réponse

aux besoins des populations. On s'aperçoit dès lors que le niveau de développement d'un territoire dépend principalement de sa capacité à capter des revenus davantage que de sa seule capacité à produire du P I B. C'est de là qu'est né le concept d'économie de proximité.

Sur le territoire de Midi-Pyrénées, l'économie est essentiellement productive, sur celui de Languedoc-Roussillon, c'est une économie davantage présente (production de biens et services tournés vers les besoins des populations) qui trouve son origine et son principal moteur dans l'attractivité démographique et le tourisme.

Ainsi, le CESER s'est autosaisi du sujet de l'économie de proximité en LRMP en raison des évolutions sociétales, économiques et technologiques qui doivent nous amener à appréhender différemment notre économie territoriale. Sont abordés dans ce rapport principalement les territoires ruraux, urbains et péri urbains. Cet avis recoupe aussi des préoccupations soulevées dans de précédents avis sur le tourisme, l'agroalimentaire, la filière bois, les PME-PMI.

L'économie de proximité reflète l'aptitude d'un territoire à capter des ressources et à les redistribuer localement. Elle entend répondre aux besoins des populations présentes sur un territoire donné et dépend donc de l'habitude de ces populations à consommer localement. Les entreprises artisanales, commerces, associations et entreprises de l'économie sociale et solidaire représentent une bonne part des effectifs et du PIB.

L'économie de proximité regroupe l'économie présente centrée sur la satisfaction des besoins vitaux des populations (commerce de proximité, services administratifs, services à la personne ...) et l'économie résidentielle qui capte les revenus divers extérieurs des personnes telles que retraités, touristes ou navetteurs.

L'économie de proximité, c'est en somme un mode d'organisation de l'économie autour de la relation directe - circuits courts et ventes en direct, services à la personne, commerce de face à face; c'est aussi le développement d'activités en lien direct avec le territoire (valorisation de patrimoine et des savoir-faire locaux, emploi des ressources

matérielles et humaines locales) ; c'est enfin une affaire de géographie et de proximité spatiale entre producteurs, consommateurs et institutions. C'est aussi une histoire d'hommes et de femmes, de volonté créatrice, de mise en valeur des territoires, ce n'est pas le local contre le global.

L'économie de proximité s'enracine dans le local, soutient le développement des territoires et la relocalisation des emplois. Contribuant à de nouvelles formes de coopération entre les acteurs, qu'ils soient privés ou publics, l'économie de proximité génère de la créativité, de la flexibilité, de la transversalité.

Sur les territoires de Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées, c'est 74 % des emplois et 83 % des revenus de territoires.

De par 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 contribuer autrement au développement économique.

L'ancrage local de cette économie permet de mieux résister aux aléas de la vie économique et de répondre aux enjeux que sont la lutte contre le chômage, les évolutions démographiques et la protection de l'environnement.

L'avis du CESE « L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française » a aidé à la rédaction de la partie sur les « enjeux ».

Un constat, lorsque l'on envisage le développement économique d'un territoire, on pense souvent à l'aspect productif, créateur de richesses, néanmoins, il incombe de ne pas négliger l'aspect plus invisible, l'économie de proximité. Le poids, le potentiel et les mécanismes de cette économie étant mal connus et mal pris en compte aujourd'hui, le CESER a formulé des propositions pour y remédier :

- intégrer l'économie de proximité comme l'un des piliers majeurs du SRDEII,
- sensibiliser les acteurs locaux et engager localement des stratégies

- en faveur de l'économie de proximité,
- initier et valoriser l'innovation sociale dans les territoires,
- poursuivre l'accessibilité au numérique des territoires.

(...)

Monsieur le Président, je vous remercie pour avoir accepté de faire l'ouverture de cette plénière, votre agenda est particulièrement contraint aujourd'hui en raison notamment de la visite du Ministre de l'intérieur dans le Lot.

J'espère que vous pourrez honorer de votre présence notre prochaine assemblée plénière qui devrait avoir lieu en décembre (pour l'adoption d'un projet de règlement intérieur pour le futur CESER); nous souhaiterions en effet que vous puissiez remettre à plusieurs conseillers la médaille pour services rendus. Ce sera également l'occasion pour nous de vous témoigner une dernière fois, avant votre départ, tous nos remerciements pour votre implication, votre action au service de la région Midi-Pyrénées.

Extraits de l'intervention de Monsieur Martin MALVY Président du Conseil Régional Midi-Pyrénées

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs,

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs, je vous demande tout d'abord de m'excuser, je dois partir puisque le ministre de l'Intérieur vient dans le Lot aujourd'hui, en partie pour inaugurer la nouvelle gendarmerie de Figeac, une petite ville à laquelle je suis attaché.

On y recevait d'ailleurs, et vous y étiez, le ministre de l'Économie et des Finances il y a quelques jours pour une visite que j'avais sollicitée pour apporter la démonstration au gouvernement, comme je l'ai fait dans le passé, qu'il peut se développer des écosystèmes de développement économique loin des métropoles si un certain nombre d'ingrédients sont réunis.

Je pense que c'est important, c'est un sujet auquel on sera de plus en plus confronté. Et ce ne sont pas les élus qui sont les responsables de ces écosystèmes, ce sont les acteurs de l'économie ; les élus, quant à eux, doivent savoir garder la modestie de l'accompagnement, ils doivent être les facilitateurs. Mais si on n'a pas de porteurs de projets, on n'a pas d'écosystèmes qui se constituent et se développent.

(...)

C'est un grand sujet et je pense que le CESER sera l'un des lieux de réflexion sur ce sujet. Ne serait-ce que pour faire pression sur les politiques européennes ou les politiques nationales... Les politiques européennes prennent conscience de certains des déséquilibres, on l'a avec les zones AFR (Aide à Finalité Régionale) en matière économique, on l'a avec les fonds de solidarité.

Mais il y a un déséquilibre inverse dont j'ai mesuré souvent l'impact, c'est l'égalité qu'imposent certaines règles européennes ou la limitation

des interventions au nom de la concurrence libre et non faussée, ce qui finit par amener à traiter de la même manière, au nom de la concurrence libre et non faussée, les territoires ou les entreprises qui ne vivent pas dans les mêmes conditions.

(...)

Dans le même état d'esprit, nous présenterons des délibérations qui permettront d'harmoniser le dispositif avec ceux du Languedoc en vue de la fusion, je pense à l'initiative européenne JEREMIE qui est un fonds de ressources européennes communes pour le financement des micros et moyennes entreprises et pour développer l'innovation et l'économie de la connaissance. C'est un fonds entièrement public qui peut alimenter des dispositifs financiers, de capital investissement, de prêts, de garanties, de micros crédits. Midi-Pyrénées n'avait pas adhéré à ce fonds parce que nous avons d'autres outils à notre disposition. Je proposerai notre adhésion à la prochaine plénière dans quelques jours, c'est un exemple pour régler la question de la participation de la future région à ce fonds.

Nous allons décider d'une harmonisation de nos cartes des formations professionnelles pour disposer d'une seule politique régionale après le 1er janvier.

La plénière que nous tiendrons le 3 novembre sera aussi pour nous l'occasion d'adopter une Décision Modificative n°2 dont je voudrais vous dire quelques mots.

Nous enregistrons des recettes nouvelles limitées. Moins 10 M€ en fonctionnement, c'est une bonne nouvelle. Le produit de la carte grise augmente, ce qui prouve que les transactions automobiles ont légèrement progressé. Le dynamisme de la taxe d'apprentissage nous apporte un peu plus de 3 M€ de plus qu'attendu. Nous inscrivons aussi dans le budget 2015 l'avance déjà reçue sur le compte personnel formation.

En investissement, nous aurons 5 M€ de recettes supplémentaires : pour moitié la participation du ministère de l'Agriculture à l'école nationale vétérinaire et pour le reste près de 1,5 M€ de préfinancement à taux

zéro du FCTVA et des dividendes de l'IRDI que nous allons réinvestir sous forme d'une nouvelle souscription, et enfin le reversement des mandataires d'opérations de travaux.

(...)

Voilà pour cette DM par laquelle nous allons également réalimenter le financement pour les contrats d'appui aux entreprises, je vous signale qu'on va bientôt atteindre les 2 000 contrats signés avec les entreprises et je vous invite, si cela vous intéresse, à consulter les évaluations qui ont été faites, y compris par la Banque de France, sur l'impact de ces contrats d'appui.

Je ne veux pas oublier le plan en faveur des élevages et pour la solidarité que nous avons également mis en place et approuvé hier, 7 M€, 10 mesures d'aide à la modernisation, à la transformation, à la commercialisation, à la solidarité, je pense par exemple au désastre du Tarn-et-Garonne.

(...)

L'économie de proximité est une force pour les territoires, renforcée par le numérique. Vous avez dit un mot du numérique, cela devient banal aujourd'hui que de dire que notre société a basculé dans le numérique. Les études nous disent, elles peuvent toujours se tromper, il ne faut pas les prendre pour argent comptant, mais elles ne se trompent pas du tout au tout, que dans 10 à 15 ans 90 % des emplois seront liés à la connaissance du numérique. C'est une révolution à l'identique de ce qu'a été l'introduction de l'électricité il y a un moment dans le processus industriel ou de service. C'est sans doute une révolution de même nature que l'introduction du pétrole et du moteur à énergie fossile. C'est pour toute notre société.

Je le répète, quand je vois que les environnements numériques du travail, c'est-à-dire les relations entre les 146 lycées, les 117 000 lycéens et leurs parents se traduisent aujourd'hui par 3 millions de consultations par mois sur le système régional de parents, d'élèves, de profs, de responsables ; quand je vois qu'on arrive à ce niveau de vulgarisation de l'usage de l'Internet, je me dis qu'effectivement on a

complètement basculé dans un système nouveau qui est une véritable révolution.

Sur l'économie de proximité, cela aura un impact. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de mettre 100 M€ en accompagnement des collectivités locales pour l'irrigation du territoire régional pour qu'il y ait du haut et du très haut débit partout.

C'est la raison aussi pour laquelle nous allons d'ici la fin de cette année accueillir les 150 à 200 premiers stagiaires de ce que nous avons appelé l'école régionale du numérique qui est une école non pas avec un siège, un lieu unique d'enseignement, mais qui est une école éclatée à partir de l'école de la deuxième chance qui en constituera le noyau. Elle organisera de stages de formation sur l'ensemble du territoire, là où l'on aura détecté des décrocheurs, que ce soit des décrocheurs d'avant Bac ou d'après Bac, des jeunes qui peuvent être reconvertis, auxquels on peut redonner un élan de formation à travers le numérique.

Ce n'est pas le seul exemple, mais si l'on joint l'environnement, les productions agricoles, les énergies renouvelables et le numérique, on a incontestablement une économie nouvelle qu'on peut développer.

À MONTANS dans le Tarn, l'autre jour, nous visitons une exploitation qui s'est tournée vers le biogaz, une belle exploitation qui a réussi son projet rapidement, l'agriculteur producteur de lait nous faisait visiter sa stabulation. Les gens qui étaient là étaient ébahis parce qu'ils n'étaient pas habitués, c'était de la traite par robot. Les vaches vont toutes seules se faire traire quand elles en ont envie. Il me disait que s'il n'y avait pas la robotisation, aujourd'hui son entreprise laitière ne pourrait pas exister. Sur les toits d'une grange il a implanté 100, 200, 300, 400 m² de photovoltaïque, et il a installé le méthaniseur. Il montrait aux visiteurs comment fonctionne le méthaniseur; s'il n'y a pas de numérique, il n'y a pas de méthaniseur. Et comme il est seul avec un associé, s'il n'y a pas ce petit engin, le téléphone, pour commander à distance le fonctionnement de son méthaniseur, il n'y a pas de méthaniseur non plus.

On est à travers l'environnement, les énergies renouvelables, le numérique, dans le développement d'une économie circulaire de proximité qu'on n'imaginait pas il y a deux ans. On est dans un monde qui change et ce sera, Monsieur le Président, Mesdames Messieurs, l'un des moyens d'assurer le meilleur équilibre des territoires auquel tout à l'heure je faisais allusion.

(...)

**Assemblée Plénière
Séance du 16 octobre 2015**

AVIS

**L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ,
UNE FORCE POUR LES TERRITOIRES**

ADOPTÉ

**Avis voté à l'unanimité
115 votants**

Rapporteur : Monsieur Didier LASCOUMES

Le CESER tient à remercier les personnalités auditionnées pour leurs contributions à cet Avis

Monsieur Marc AYRAL

Délégué aux relations territoriales du Groupe La Poste pour l'Aveyron

Madame Anne BLANC

Présidente du Groupe d'Action Locale (GAL) Pays Ruthénois,
Présidente de la communauté de communes du Naucellois et Maire de
Naucelle

Monsieur Benoît BOUGEROL

Conseiller CCI de l'Aveyron, Directeur de la Librairie Privat

Monsieur Bernard BRUNET

Co-créateur et Sociétaire de la coopérative SAPIE

Monsieur Serge CRABIE

Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Midi-Pyrénées
et du Lot, artisan du bâtiment

Monsieur Rémi DAVID

Artisan charpentier-couvreur

Madame Françoise DEDIEU-CASTIES

Vice-Présidente du Conseil Régional Midi-Pyrénées en charge du
développement durable, de l'environnement, de l'économie sociale et
solidaire, et de la transition énergétique

Monsieur Pierre DELPEYROUX

Président de l'UPA du Lot, artisan charcutier-traiteur

Monsieur François DOLS

Directeur de la Banque Populaire Occitane

Madame Patricia EON

Directrice de la Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire

Madame Corinne FAVAREL

Présidente de l'UPA du Gers, gérante d'un garage automobile

Monsieur William FRAYSSE

Manager centre-ville de Rodez

Monsieur Claude GAITS

Vice-Président du Conseil Régional Midi-Pyrénées en charge de l'innovation et du développement économique

Monsieur Jean-Pierre GILLY

Membre de la Section EUROPE-INTERNATIONAL

Madame Josiane GOUZE-FAURE

Présidente de l'Association des commerçants de Foix et de l'Union régionale des associations de commerçants
Conseillère CCI de l'Ariège en charge de l'économie de proximité

Monsieur Eric LALANDE

Artisan Menuisier, Charpentier, Président de la CAPEB Lot

Monsieur Pierre MARTIN

Contribution écrite - Président du groupe Artisanat au CESE, Rapporteur de l'Avis intitulé « L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française » 2010

Monsieur Christian MIGLIACCIO

Administrateur de l'URQR (l'Université Rurale Quercy-Rouergue)

Monsieur Jean-Luc MIROUZE

Président de l'UPA de l'Ariège, artisan boulanger-pâtissier

Monsieur Bernard MOREAU

Président de l'UPA Midi-Pyrénées, artisan coiffeur

Monsieur Max MOULIS

Maire de Lagrave (Tarn)

Monsieur Jean-Paul PLA

Initiateur de la monnaie locale complémentaire Sol Violette (Toulouse)

Monsieur Gérard POUJADE

Vice-Président du Conseil Régional Midi-Pyrénées en charge du sport et de la vie associative - Maire de Le Sequestre - Président de l'ARPE

Monsieur Boris PRAT

Animateur bénévole de la monnaie locale complémentaire Sol Olympe (Tarn-et-Garonne)

Monsieur Armel RAZOUS

Administrateur de l'URQR (Université Rurale Quercy-Rouergue)

Monsieur David REMI

Artisan Charpentier, Couvreur Lot

Monsieur Olivier-Ronan RIVAT

Vice-Président de la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire

Monsieur André ROUCH

Président du Parc Régional des Pyrénées Ariégeoises et de la Communauté de communes du Seronais et Maire d'Alzen

Monsieur François VOGLIMACCI

Chargé de mission économie à la CCI Pyrénées

Madame Aurélie ZUSSY-STIRER

Chargée de mission à l'Observatoire de la Chambre Régionale de
l'Economie Sociale et Solidaire de Midi-Pyrénées

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
I Une vision plus large de l'économie régionale : l'économie de proximité	5
I.1 L'économie de proximité, un nouveau regard sur l'économie	5
I.1.1 Une évolution sociétale et économique à considérer pour les interventions publiques.....	6
I.1.2 Une approche économique basée sur tous les revenus des territoires	8
I.1.3 Que peut-on attendre du développement de l'économie de proximité ?	18
I.1.4 Le numérique et l'économie collaborative révolutionnent la proximité.....	22
I.1.5 Vers l'industrie de proximité ?.....	24
I.2 Poids et évolution de l'économie de proximité	26
I.2.1 Notes sur les éléments statistiques de l'économie de proximité	26
I.2.2 65 % des emplois sont de proximité en France	27
I.2.3 Jusqu'à 74 % des emplois et 83 % des revenus de territoires en LRMP.....	28
I.2.4 95 % des achats sont régionaux mais quelle est la part des produits régionaux ?.....	41
I.3 Les acteurs de l'économie de proximité.....	51
I.3.1 Les populations	52
I.3.2 Les acteurs publics	55
I.3.3 L'artisanat	58
I.3.4 Le commerce	64
I.3.5 L'Economie Sociale et Solidaire	69
I.3.6 L'agriculture familiale, diversifiée.....	73
I.3.7 Les PME/PMI et TPE structurantes du territoire.....	75

II	Enjeux et limites de l'économie de proximité	77
II.1	La proximité et ses enjeux sociaux, économiques et environnementaux	77
II.1.1	Retisser le lien social en animant les territoires dans une relation de confiance	77
II.1.2	Inventer un nouveau modèle de développement.....	79
II.1.3	Répondre aux défis de l'éducation et de l'insertion professionnelle, de l'emploi et de la lutte contre le chômage	80
II.2	Les limites de l'économie de proximité	83
II.3	L'économie de proximité et la mondialisation	84
III	Synthèse des opportunités et des menaces.....	88
IV	Les leviers de l'économie de proximité	91
IV.1	Appréhender l'activité et les revenus globalement pour gérer les territoires.....	91
IV.1.1	Créer une gouvernance stratégique des territoires et orienter les soutiens publics	91
IV.1.2	Sensibiliser les entreprises à leurs capacités d'achats de proximité.....	93
IV.1.3	Favoriser l'animation des acteurs locaux	94
IV.1.4	Rendre les marchés publics accessibles aux artisans	95
IV.1.5	Aménagements, accompagnements, financement des entreprises	96
IV.2	Favoriser la consommation régionale de produits locaux	98
IV.2.1	Identifier, structurer et valoriser les ressources naturelles locales	98
IV.2.2	Accompagner les expériences de monnaies complémentaires locales ou régionales	99
IV.2.3	Dynamiser la commercialisation locale.....	101

IV.2.4 Recruter un Manager centre-ville pour mettre en œuvre les actions d’animation, d’aménagement et d’accompagnement nécessaires	104
IV.3 Développer la production de biens et de services locaux	108
IV.3.1 Favoriser l’attractivité des territoires	108
IV.3.2 Développer l’économie circulaire	108
IV.3.3 Former des apprentis.....	110
IV.3.4 Créer les conditions de la production territoriale de demain.....	112
IV.4 Développer l’Economie Sociale et Solidaire.....	113
IV.4.1 Les Pôles Territoriaux de Coopération Economique.....	113
IV.4.2 De nouveaux dispositifs de financement vont être dédiés à l’ESS	116
IV.4.3 Les financements participatifs pour soutenir les initiatives des populations.....	117
IV.5 Développer les Filières de proximité : tourisme, agroalimentaire, bois	119
IV.5.1 Le Tourisme	119
IV.5.2 L’Agroalimentaire.....	121
IV.5.3 Le Bois	124
V Propositions	131
V.1 PROPOSITION 1 : Intégrer l’économie de proximité comme un des piliers majeurs du Schéma Régional de Développement Economique d’Innovation et d’Industrialisation (SRDEII).....	133
V.2 PROPOSITION 2 : Sensibiliser les acteurs locaux et engager localement des stratégies en faveur de l’économie de proximité	134
- IV.1 Appréhender l’activité et les revenus globalement pour gérer les territoires.....	135

- IV.2 Favoriser la consommation régionale de produits locaux..... 135
- IV.3 Développer la production de biens et de services locaux 135
- IV.4 Développer l'économie sociale et solidaire..... 135
- IV.5 Développer les filières économiques de proximité : tourisme, agroalimentaire, bois..... 135

V.3 PROPOSITION 3 : Initier et valoriser l'innovation sociale dans les territoires..... 136

V.4 PROPOSITION 4 : Poursuivre l'accessibilité au Numérique des territoires..... 137

GLOSSAIRE..... 139

EXPLICATIONS DE VOTE 147

INTRODUCTION

Le dynamisme territorial conjugue deux types d'activités : celles liées à la production de biens industriels ou immatériels, souvent « exportées » hors du périmètre où elles ont été fabriquées, et celles liées aux besoins de proximité, en réponse aux besoins des populations résidentes ou éventuellement de passage.

Au constat que certains territoires se développent malgré le manque d'activités productives, il a été déduit que le niveau de développement des territoires dépend plus de sa capacité à capter des revenus, qu'à seulement en produire et que l'étude d'un territoire basée sur sa seule croissance, c'est-à-dire sa seule capacité à produire du PIB est aujourd'hui limitée. C'est de cette analyse qu'est né le concept économique plus global pour l'étude et le développement d'un territoire « d'économie de proximité ».

L'économie de proximité permet de comprendre et de développer la captation des revenus des territoires.

Les revenus des territoires proviennent de différentes sources : de l'économie productive :

- des produits de la vente des activités de production, si elles existent

et de l'économie présentielle :

- des revenus des salariés du territoire dont :
 - o des entreprises de production (base productive),
 - o des salariés des fonctions publiques d'Etat et des collectivités – ex. hôpitaux, écoles... (base publique),
 - o des prestations sociales perçues – ex. prestations Caf, Pôle emploi... (base sociale),
- des revenus des résidents : personnes travaillant hors du territoire, pensions de retraite, activités touristiques (base résidentielle).

Cette économie de proximité n'est pas inerte, elle génère elle-même une dynamique et d'autres revenus issus de ces échanges.

Les revenus de l'économie de production font partie de l'économie de proximité, ils ne peuvent donc pas être opposés. La création supplémentaire de richesses et d'emplois passe par une totale captation des revenus conjoints des activités de production et des mécanismes redistributifs publics et privés. L'impact de l'industrie sur la création de richesses reste intact, et l'action que mènent l'Etat et la Région en faveur de celle-ci est déterminante. Mais l'économie de proximité est aujourd'hui une variable majeure pour le maintien des emplois hors des zones de grande production industrielle.

Aujourd'hui, jusqu'à 74 %¹ des emplois et 83 %² des revenus de territoires peuvent provenir de l'économie présente. L'évolution de l'activité économique vers une tertiarisation a entraîné, en 30 ans, la baisse relative du poids des revenus des activités de production. En LRMP, la progression de l'économie de proximité est l'une des plus importante de France et l'accroissement démographique prévu, doublé des évolutions sociétales notamment en termes environnemental et de vieillissement de la population, ainsi que l'augmentation de l'activité touristique, permettent d'envisager une progression continue du poids de ses emplois.

Par le caractère non délocalisable de sa production et de ses emplois, l'économie de proximité peut non seulement atténuer les soubresauts des cycles économiques, mais également apporter des réponses cohérentes aux multiples défis que rencontrent les territoires (lutte contre le chômage, les différentes formes d'exclusion, le changement climatique, l'obsolescence des savoir-faire...), et permettre de trouver un nouvel équilibre pour répondre

¹INSEE Population et tissu économique en Midi-Pyrénées en 2009

²Etude Acadie : Préfecture de région Midi-Pyrénées (Philippe ESTEBE, Yves JANVIER, Sophie TIEVANT, Laurent DAVEZIES), rapport : « L'économie résidentielle et le développement local : conséquences ou levier ? » - Octobre 2007 (Chiffres 2000)

à la nécessité du développement économique durable des territoires : préservation des ressources naturelles, cohésion sociale et qualité de vie pour tous.

L'économie de proximité s'appuie sur l'ensemble des richesses humaines, naturelles et économiques du territoire : artisanat, commerce, agriculture diversifiée, services à la personne, activités associatives culturelles et de loisirs, tourisme... et particulièrement sur l'implantation des Services publics. L'ensemble de ces activités de proximité dynamise la vie sociale et contribue à l'attractivité du territoire où elles sont implantées. Valoriser l'économie de proximité, c'est considérer tous les territoires : urbains, périurbains ou ruraux, plaine ou montagne. C'est également un levier qui peut être activé et maîtrisé par les acteurs d'un territoire.

Le CESER a souhaité s'autosaisir pour traiter de l'économie de proximité en Midi-Pyrénées, en raison des évolutions sociétales, économiques et technologiques qui doivent nous amener à appréhender différemment notre économie territoriale. L'étude aborde, principalement les territoires ruraux, urbains (logiques de centres périphériques et de quartiers) et périurbains. Cet Avis, recoupe également des préoccupations traitées dans les Avis précédents sur le Tourisme³, l'Agroalimentaire⁴, les filières Bois⁵, les PME/PMI industrielles⁶ notamment.

Le CESER s'est appuyé, particulièrement pour la partie « enjeux » sur l'Avis du CESE « L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française »⁷, ainsi que sur des auditions d'acteurs institutionnels, de chefs d'entreprises, de chercheurs et

³ Avis : « L'économie touristique en Midi-Pyrénées » – Octobre 2013

⁴ Avis : « Une dynamique pour l'industrie agroalimentaire en Midi-Pyrénées » – Juin 2012

⁵ Avis : « Filières Bois en Midi-Pyrénées » – Juin 2009

⁶ Avis : « Pour une stratégie industrielle de Midi-Pyrénées au travers des PME/PMI » – Février 2011

⁷ Rapporteur Pierre MARTIN - 2010

d'acteurs territoriaux. Il a étayé son analyse par des rapports, des études et des articles.

Le CESER tente ainsi de présenter une vision à la fois théorique et pragmatique de l'économie de proximité avec pour problématique : **la création d'emplois locaux basés sur des activités viables par :**

- **la captation de tous les types de revenus des territoires,**
- **la production de biens et services locaux répondant aux besoins des populations.**

L'étude de l'Avis est structurée en quatre parties : notions et poids de l'économie de proximité, les enjeux majeurs et limites, un diagnostic AFOM, des dynamiques de développement existantes. **L'Avis présente en dernière partie des clefs de réussite à moyen et long terme afin de proposer au Conseil Régional et aux acteurs concernés des initiatives à prendre dans le cadre de leurs compétences.**

***Remarque :** L'Avis rédigé par le CESER Midi-Pyrénées tente dans la mesure du possible de considérer la question sur la future grande Région LRMP. Les problématiques de la proximité s'étudiant plus à l'échelle du bassin de vie que du territoire régional, les grands axes des constats et orientations des territoires ruraux sont quasiment identiques sur les deux Régions. Néanmoins, des particularités de territoires de Languedoc-Roussillon n'ont pas été appréhendées spécifiquement. En effet, ce rapport ainsi que toutes les auditions n'ont pu être réalisés sur l'année 2014 et 2015 qu'au sein du CESER Midi-Pyrénées. Il n'a pas été possible, à notre grand regret, d'associer à ce travail nos collègues du CESER de Languedoc-Roussillon.*

I Une vision plus large de l'économie régionale : l'économie de proximité

I.1 L'économie de proximité, un nouveau regard sur l'économie

L'économie de proximité amène un nouveau regard sur l'action économique elle-même, car elle intègre toutes les logiques de flux : financiers, consommations locales, prestations et offres de services, productions locales de biens et services. Par exemple, l'offre de services d'une Communauté d'agglomération n'est pas seulement destinée aux habitants et aux entreprises résidant sur son territoire, mais à tous ceux qui y viennent travailler et séjourner pour des motifs très différents.

Ainsi, l'économie de proximité, en apportant un regard décalé, ouvre la voie à d'autres façons d'envisager le développement économique, par la mise en relation des acteurs économiques permettant une meilleure exploitation des flux de richesses plutôt que la seule exploitation des ressources locales, elle permet d'avoir une réflexion plus large en intégrant les logiques de flux.

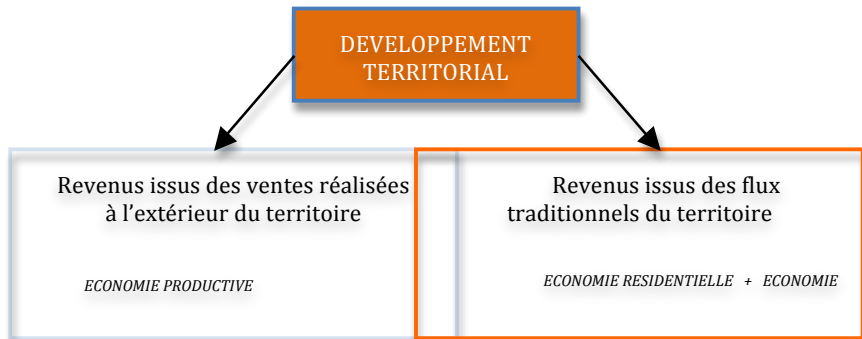
Cette économie de proximité est définie par deux sous-ensembles :

- une économie résidentielle qui capte divers revenus extérieurs des personnes, telles que retraités, touristes ou navetteurs (résidents exerçant leur activité professionnelle hors du territoire),
- une économie présenteielle qui crée des emplois en lien avec la consommation locale, les services quotidiens aux populations et les services administratifs.

Il est donc plutôt salutaire d'inscrire les stratégies des territoires dans ces articulations. Et pourquoi pas même d'aller plus loin, et poser comme hypothèse que l'économie de proximité poserait les

bases de la création d'une économie productive fondée sur la réponse aux besoins des présents là où ils sont au moment où ils le sont.

Schéma : Les composantes du développement territorial - 1



I.1.1 Une évolution sociétale et économique à considérer pour les interventions publiques

Le début du XXI^{ème} siècle ne marquerait-il pas, paradoxalement, le retour à une économie dite réelle face à l'économie virtuelle et ses mécanismes purement financiers ?

L'histoire des 60 dernières années a été riche en réorganisations économiques avec des conséquences pour les territoires :

- une première phase liée à la reconstruction industrielle a eu pour impact l'exode rural des populations vers des grands sites industriels, aidé aussi par la mécanisation de l'agriculture. Les bourgs ruraux ont perdu leurs populations, leurs commerces, leurs services publics...
- puis le moteur économique basé sur la consommation a également modifié l'urbanisme commercial : pour vendre plus, il a fallu baisser les coûts de distribution. Les centres commerciaux de grandes surfaces ont été créés loin des

centres-villes où le terrain était moins cher. De plus l'aspiration des français pour des logements individuels et modernes a contribué à vider les centres-bourgs et centres-villes de leurs résidents,

- et la mondialisation de l'économie avec l'appui de l'internet a encore modifié les comportements des consommateurs : l'espace d'achat devient informel, la distribution directe des produits se développe avec la mise en œuvre de nouveaux services logistiques de stockage et de transport des biens et surtout grâce aux nouvelles technologies de l'internet.

Aujourd'hui prend forme une économie collaborative basée sur plus de proximité, d'échanges, d'envie de qualité, de responsabilités sociales. Cette économie ne remplacera pas les modes actuels de la consommation, mais va constituer une nouvelle tendance de consommation dont pourrait bénéficier l'économie de proximité. Elle sera de fait un facteur complémentaire pour le développement territorial.

1.1.1.1 Evolution des interventions publiques territoriales

Suite au constat des limites des grands projets politiques d'aménagement des territoires réalisés par la DATAR (Etat) après guerre, les territoires ont été l'objet de politiques de développement local de la fin des années 70 jusqu'au début des années 80. Toulouse ne se serait pas développée à son niveau d'aujourd'hui sans la volonté de l'Etat. Autre exemple, l'aménagement touristique du littoral du Languedoc-Roussillon a été décidé, réalisé et financé par l'Etat. Dans les régions, ces politiques ont reproduit la même mécanique centralisatrice qu'autour de Paris, mais autour des grandes villes ou autres zones. A quelques exceptions près, ces politiques ont asséché les territoires environnants (attraction des étudiants, de l'activité économique, lieu de décision...).

La question se pose donc localement : comment développer une activité endogène quand on est loin durablement des territoires d'activités productives ?

La période de diagnostics régionaux, avec l'objectif de valoriser les forces pour palier aux faiblesses territoriales, a permis pendant 15 ans d'orienter les politiques vers le patrimoine, la capacité d'accueil des nouveaux arrivants...

Ces actions sont ensuite devenues des droits communs qui se sont institutionnalisés, pour trouver un relais politique et sont aujourd'hui gérées par les communautés de communes.

Mais ces actions locales ont été rattrapées par certaines conséquences négatives de la mondialisation comme les délocalisations des productions, des centres de décision extérieurs aux territoires, une augmentation du chômage...

Après une première période plus orientée vers des coopérations territoriales, une logique de compétitivité s'est développée, aux conséquences préjudiciables, avec le souhait pour chaque territoire d'attirer les activités et les entreprises par des subventions, des aménagements ou des avantages spécifiques.

Aujourd'hui, nous entrons dans la 3^{ème} phase de développement des territoires, notamment en raison de la révolution numérique et ses conséquences sur le partage d'informations, la production et l'usage des produits.

1.1.2 Une approche économique basée sur tous les revenus des territoires

Le développement des territoires repose en grande partie sur les activités économiques qui y sont localisées. Ces activités sont porteuses d'emplois et à l'origine de distribution de revenus. Elles répondent à des logiques économiques différentes et rendent les territoires plus ou moins vulnérables.

Selon l'approche INSEE, la science économique régionale se partage en deux approches : l'une prend pour objet principal la localisation des entreprises manufacturières sur le territoire (économie de la sphère productive⁸), l'autre est centrée sur les populations qui habitent sur ce territoire (économie de la sphère présente⁹). La sphère présente recouvre l'ensemble des activités mises en œuvre localement pour la production de biens et de services visant la satisfaction des besoins de personnes présentes dans la zone, résidents ou touristes. A cette vision économique, il faut ajouter la sphère publique aussi présente sur les territoires (Hôpitaux, Education, Sécurité civile et militaire, Collectivités...). Professeur au Conservatoire National des Arts et Métiers, titulaire de la Chaire Economie des Territoires, Laurent DAVEZIES a élaboré une grille d'analyse de référence, plus précise pour une analyse économique des territoires, basée sur les revenus des territoires. Il distingue quatre grands types de revenus captés hors « des frontières » d'un territoire, qu'il qualifie de revenus basiques :

- **les revenus de la base productive** se composent des salaires, bénéfices industriels et commerciaux, bénéfices non commerciaux et agricoles des actifs (regroupent essentiellement l'agriculture, l'industrie, le secteur de l'énergie, les services aux entreprises, le transport de marchandises, le commerce de gros). Ce sont des secteurs d'activité « exportateurs », c'est-à-dire qui ont pour vocation de produire des biens et des services vendus à l'extérieur

⁸ recouvre l'ensemble des activités qui produisent des biens majoritairement consommés hors de la zone et des activités de services tournées principalement vers les entreprises correspondantes

⁹ le développement de la mobilité, et en particulier du tourisme, modifie notablement le fonctionnement de l'économie résidentielle car la population réellement présente sur le territoire devient variable, formée pour partie de résidents et pour partie de séjournants et sera nommée économie présente. Cette évolution marque une dissociation significative entre temps et lieux de production et temps et lieux de consommation

du territoire sur lequel ils sont implantés (marchés national et international). **La localisation de l'emploi dépend des choix des entreprises et de l'attractivité des territoires** (ressources naturelles, main d'œuvre disponible...). La sphère productive capte des revenus extérieurs au territoire,

- **les revenus de la base publique** se composent de l'activité et des salaires des actifs résidant sur le territoire et travaillant dans la fonction publique d'État, territoriale et hospitalière. Leur répartition spatiale renvoie à l'organisation administrative du territoire. **Elle organise une redistribution locale de ressources collectées** pour une partie au niveau national (services publics de la santé, de l'éducation, de la sécurité publique...), pour une autre partie sur le territoire (administration du territoire reposant sur des impôts locaux),
- **les revenus de la base résidentielle** se composent des pensions de retraite, des dépenses touristiques marchandes et non marchandes (liées à la présence de résidents secondaires), des revenus des capitaux mobiliers et fonciers liés à la présence de leurs titulaires sur le territoire et des revenus dont bénéficient les actifs qui résident sur le territoire mais travaillent ailleurs (contient principalement les services aux particuliers, la construction, la santé, l'action sociale, le commerce de détail, les activités financières et le transport de voyageurs). Pour ces activités de proximité, **la localisation de l'emploi dépend des besoins de la population résidente ou de passage** (touristes, déplacements professionnels journaliers). Ils reposent à la fois sur les dépenses des populations résidentes tout en captant également les revenus des personnes de passage,
- **les revenus de la base sociale** (hors pensions de retraite qui sont intégrées dans la base résidentielle) se composent des prestations sociales (ou transferts sociaux). Ce sont **les**

transferts versés en espèces et en nature à des individus ou à des familles.

Schéma : Circuit des revenus basiques

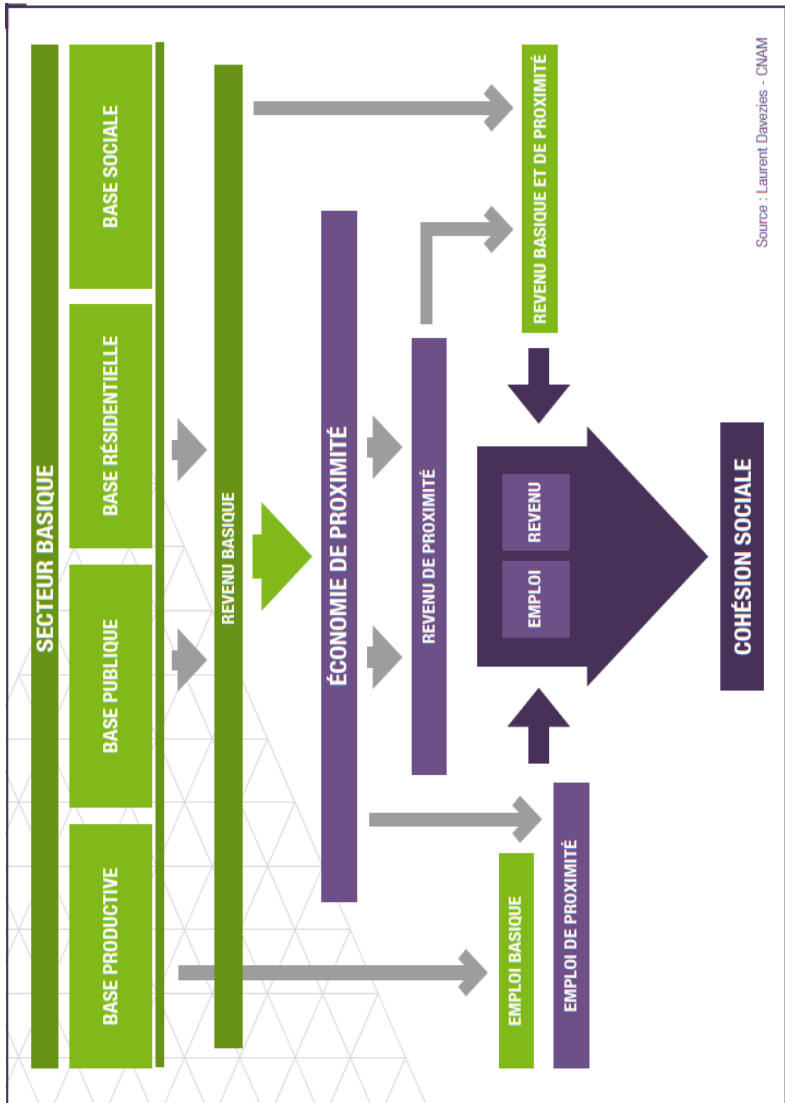
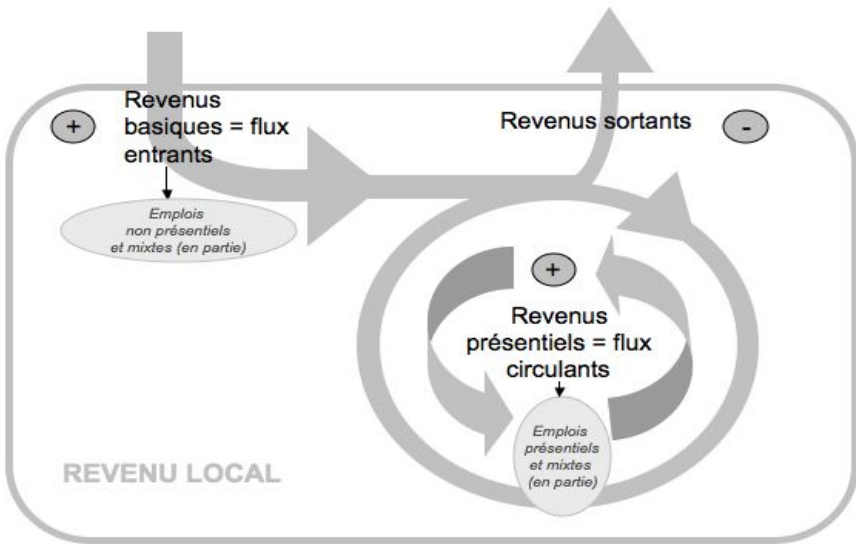


Schéma : Activité des revenus locaux



Source : M. TALANDIER¹⁰

L'économie de proximité est ainsi alimentée par des revenus extérieurs mais également par les revenus qu'elle génère par son activité.

1.1.2.1 Economie productive contre économie résidentielle une approche désuète

Les flux de revenus irriguent les territoires indépendamment de leur capacité productive et constituent une ressource économique majeure et un levier d'action pour les territoires.

L'augmentation du temps libre, l'allongement de la durée de vie, la recherche d'une qualité de vie, les progrès technologiques, l'amélioration des niveaux de revenus des ménages, la recherche de logements à des prix accessibles pour certains... ont eu un

¹⁰M. TALANDIER – « Redéfinir l'enjeu de l'économie présenteielle et le rôle des femmes dans les économies locales » - <https://rga.revues.org/2028>

impact sur le développement des mobilités et provoqué une déconnexion entre la création de richesses et l'amélioration des conditions de vie des populations. Ainsi, les régions les plus riches ne sont pas celles qui connaissent une progression de leurs revenus. L'Ile-de-France, par exemple, est passée de 27 % du PIB français en 1976 à 29 % aujourd'hui, alors que, sur la même période, le revenu des franciliens est passé de 25 % du revenu français à 22 %. Cette différence entre croissance et développement s'explique par de puissants mécanismes de redistribution publique et privée entre les territoires.

Il faut donc, pour observer ces phénomènes, prendre en compte d'autres données que celles attachées à la mesure de la création de richesses. A l'échelle des nations, la variable clef du développement demeure le PIB (Produit Intérieur Brut), au niveau local, **le revenu semble être la donnée la plus pertinente pour comprendre et analyser les phénomènes de la micro-économie.** Le changement d'échelle, comme pour la physique, amène généralement un changement de loi et/ou d'outils. La relation entre croissance du PIB / croissance de l'emploi / réduction du chômage et de la pauvreté, qui s'opère assez mécaniquement à l'échelle des nations, n'est pas nécessairement opératoire à des échelles géographiques plus fines.

Néanmoins, pour beaucoup, le développement économique local ne dépend en grande partie que de la capacité des territoires à attirer et développer des activités productives. De nombreux acteurs (chefs d'entreprise, élus, techniciens de collectivités...) estiment que le développement économique repose toujours et uniquement sur la création de richesses, que ce processus de création de richesses s'inscrit dans les limites de leur territoire, qu'il est le fruit de stratégies d'acteurs (d'entrepreneurs de la sphère publique et privée).

Il est nécessaire de dépasser la prévalence de l'économie productive et d'arrêter de l'opposer à l'économie de proximité. La

séquence de réalisation du cycle de la valeur ajoutée dans une économie se décompose en trois étapes ou trois « états » de la valeur ajoutée : Production (P), Revenus (Y), Dépense (D). Dans l'économie productive la séquence s'enclenche par la production et se déroule ainsi : P-Y-D, tandis que dans l'économie résidentielle, on part des revenus, qui engendrent de la dépense de « proximité » et qui débouchent très rarement sur de la production, soit Y-D-P. De fait, il est de bon ton d'opposer proximité et productif, comme de rendre peu compatibles entre elles les activités de production et de consommation.

L'économie territoriale a finalement deux facettes indissociables à ne pas opposer. La complémentarité entre économie productive générant biens et services à destination des marchés extérieurs d'une part et, économie de proximité destinée à satisfaire les besoins des populations et des entreprises d'un même territoire d'autre part. Cette opposition n'a pas de sens : la géographie de la production des richesses et la géographie de la dépense des revenus sont évidemment liées. L'existence (et la pérennisation) des mécanismes de l'économie de proximité dépend en grande partie des mécanismes productifs. En même temps, l'économie productive a besoin du dynamisme de l'économie de proximité. Mais ces liens fonctionnent à des échelles très variables : du local, par exemple par la dissociation entre lieu de travail et lieu de résidence, au global, par exemple par le tourisme international. Il n'y a donc pas d'opposition à faire entre ces deux formes de l'économie, surtout lorsqu'une région comme LRMP, a la chance de combiner ces différentes échelles qui articulent économie productive et économie résidentielle.

L'économie de proximité attire et ancre les entreprises productrices. Il est également nécessaire de faire prendre conscience que le moteur résidentiel, avec ses ressources (équipements, moyens financiers, ressources humaines, animations sociales et culturelles...) est non seulement complémentaire du moteur productif mais qu'ensemble ils renforcent l'attractivité des

territoires. Une entreprise qui doit s'implanter appréciera son environnement pour la praticité de son activité et la capacité à maintenir ou attirer ses salariés.

Les territoires doivent mettre en avant :

- le cadre de vie et de travail privilégié qui attire de nouveaux entrepreneurs,
- l'articulation entre la mobilisation de la ressource territoriale pour un développement à la fois productif, endogène, résidentiel et touristique
- et la capacité des économies résidentielles à générer directement de l'innovation et de la production de richesses.

1.1.2.2 La proximité, un territoire d'interactions d'acteurs aux contraintes parfois opposées

L'économie de proximité répond à trois fondamentaux que sont l'inscription des relations dans le temps, le rôle des interrelations, le rôle des institutions.

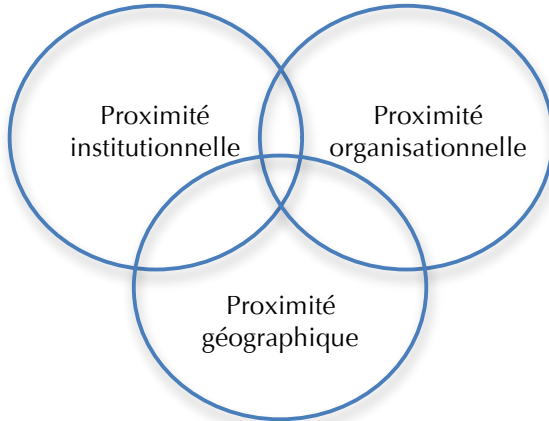
Il existe trois types de proximité :

- **institutionnelle** : adhésion des acteurs à des repères collectifs communs (des valeurs),
- **organisationnelle** : participant à une activité finalisée commune. Répond à des rôles de sous-traitance, de coopération. Repose sur une relation entre proximité organisationnelle et institutionnelle séparées mais articulées,
- **géographique** : c'est une proximité socio-économique qui intègre le temps (échanges/transports entre les acteurs).

Le territoire est la projection des forces socio-économiques nationales, européennes, internationales. C'est une résultante de paramètres endogènes et exogènes qui doivent être articulés entre

eux tout comme les trois types de proximité doivent s'articuler. Il n'y a pas de territoire géographique a priori défini. Le territoire découle de l'analyse des interactions.

Schéma : Jonctions des proximités constituantes d'un territoire



Selon les territoires, les proximités ont plus de prédominance : concentration d'activités différentes mais proches géographiquement, ou forte proximité organisationnelle avec une proximité institutionnelle modérée ou idéalement équilibre des trois proximités.

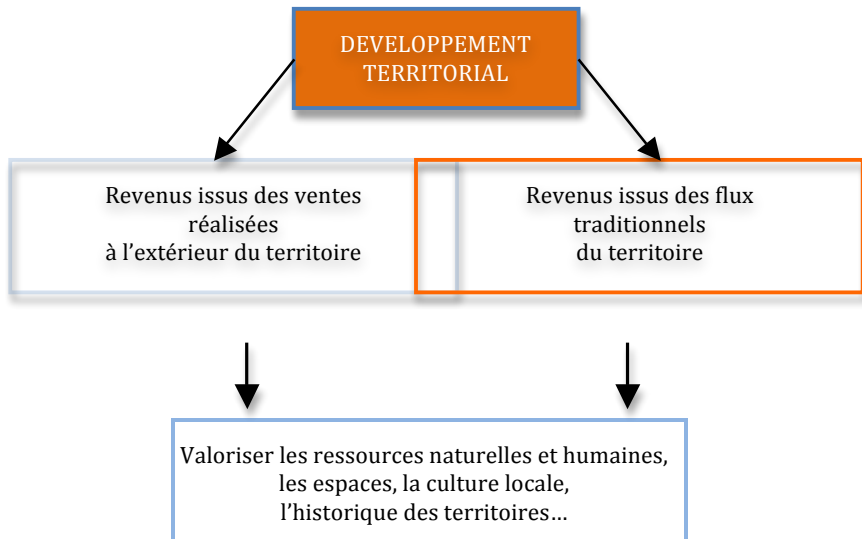
Les politiques et les territoires doivent chercher à constituer des relations de proximité entre tous les types d'acteurs d'un territoire concerné pour créer une proximité institutionnelle en s'articulant avec leurs contraintes pour créer une cohérence.

Créer des territoires de spécification par des politiques adaptées est un moyen de freiner les contraintes économiques globales subies en n'étant pas centré uniquement sur les coûts et notamment des salariaux mais en valorisant les compétences humaines des

territoires. Plus qu'une agrégation de structures, c'est une création de relations de confiance sur un temps long initiée par des acteurs moteurs, contrairement au temps économique qui est relativement court. Ce n'est pas une question de taille, les périmètres peuvent être restreints.

Ainsi, le périmètre des territoires est à géométrie variable selon qu'il soit administratif, politique ou vécu. Il est de plus en forte évolution avec la tendance à passer d'une vision locale à une vision globale, notamment grâce aux opportunités apportées par le numérique dont le périmètre géographique est mondial.

Schéma : Les composantes du développement territorial – 2



I.1.3 Que peut-on attendre du développement de l'économie de proximité ?

Reprendre la main notamment sur les questions d'économie.

Dans le contexte de la mondialisation, les stratégies de redéploiement et de désengagement des grandes firmes échappent pour l'essentiel aux territoires. Elles peuvent donner un sentiment d'impuissance. L'économie de proximité quant à elle présente un triple intérêt :

- **sur le plan de l'emploi tout d'abord** : comme l'économie de proximité représente entre 40 et 74 % des emplois, elle joue un grand rôle dans la dynamique de création d'emplois. D'autant plus qu'elle correspond à des activités peu ou pas délocalisables,
- **sur le plan environnemental** ensuite : parce qu'elle s'enracine dans le local pour répondre aux besoins des populations présentes sur le territoire, l'économie de proximité permet de retrouver le sens même de l'économie, qui est de répondre aux besoins humains. Parce qu'elle valorise les petites et très petites entreprises, cette économie favorise la place des personnes dans la création de valeur comme dans les processus de prise de décision et amène à de nouvelles formes de coopérations entre les acteurs, qu'ils soient privés ou publics. En favorisant l'utilisation des ressources locales, en organisant l'espace territorial et en développant les circuits courts, l'économie de proximité réduit l'empreinte environnementale du territoire,
- **sur le plan social** enfin : parce qu'elle concerne les besoins concrets des habitants, leur identification et leur satisfaction, l'économie de proximité permet de contribuer à l'amélioration du cadre de vie. Finalement, parce qu'elle renvoie à des secteurs d'activités dont les centres de

décision sont la plupart du temps ancrés dans les territoires, l'économie de proximité permet de développer des relations de partenariat dans la durée. Il peut se mettre en place des politiques économiques dans la continuité. Un bémol cependant, une partie des emplois de l'économie de proximité, c'est-à-dire ceux qui sont peu ou pas qualifiés, sont porteurs de précarité, sur le plan du statut, de la durée du contrat, du temps de travail, etc. L'amélioration de la qualité des emplois et la sécurisation des parcours constituent donc un point de vigilance (voir 1.2.3.3 - Ambivalences de l'emploi de proximité- p36).

Mieux appréhender le développement économique territorial

La question n'est pas vraiment de savoir s'il y a ou non des modèles, mais de mieux cerner quels sont ceux qui, en fonction du contexte local, génèrent des dynamiques de développement vertueuses. Les mutations que nous connaissons amplifient les modifications des usages des espaces avec une fonction productive initialement majoritaire qui coexiste avec une fonction résidentielle qui s'est accrue depuis les années 90 (avec le flux de retraités, de touristes, de navetteurs). La fonction touristique et récréative est toujours en émergence et la fonction nature est à valoriser avec une prise en compte accrue des enjeux liés à l'environnement. Ces éléments de contexte sont autant de déclencheurs qui donnent localement une place à la recherche de potentiels d'activités. Des stratégies volontaristes de créations d'emplois, d'entreprises, de services sont toujours à impulser en s'appuyant sur les ressources humaines, naturelles, les besoins non satisfaits, le tissu économique existant, les savoir-faire.

Mieux appréhender les potentialités du territoire

Derrière cette question du modèle, il y a l'étude de la relation entre deux leviers qui entretiennent la dynamique d'un territoire :

la consommation et la production. Cinq grandes familles de modèles de développement sont généralement identifiées :

- un modèle « équilibré » ou « moyen » : aucun moteur de développement ne ressort véritablement par rapport aux autres,
- un modèle « à dominante productive », caractérisé par une part de la richesse captée via la base productive concurrentielle sensiblement supérieure à la moyenne,
- un modèle « public », caractérisé par une surreprésentation des revenus d'origine publique,
- un modèle « résidentiel », caractérisé par une nette surreprésentation des revenus résidentiels, un profil essentiellement touristique qui permet de qualifier ces territoires de sous-productifs,
- un modèle de développement « social », caractérisé par une nette surreprésentation des transferts sociaux dans la richesse captée.

L'étude des sphères économiques permet l'appréhension de la complexité des territoires, sous l'angle de la production et de la consommation, et de mesurer la vulnérabilité du territoire pour en déduire les actions qui pourraient rapprocher secteur résidentiel et productif. Cela permet de créer des actions d'appui à la création et au développement d'entreprises, d'emplois, de services ; d'identifier des opportunités de création, de nouveaux potentiels à travailler grâce à cette nouvelle lecture de la consommation et de la production ; et avoir une démarche de construction de l'activité qui soit alors spécifique, adaptée au contexte local grâce notamment à l'implication d'acteurs locaux (élus, chefs d'entreprise, habitants...) dans la recherche de solutions.

1.1.3.1 Des modèles vertueux de développement économique territoriaux

Les territoires qui montrent des signes de plus grande fragilité sont plutôt des territoires au profil productivo-social, voire

certains territoires hyperspécialisés dans un modèle d'économie touristique. Les études (concernant les aires urbaines), de Laurent DAVEZIES (2003), de Magali TALANDIER²³, ou bien d'Argo&Siloe et Olivier PORTIER montrent que les territoires qui cumulent croissance de l'emploi, moindre vulnérabilité à l'environnement et bonne cohésion sociale sont plutôt les territoires « productivo-résidentiels » pour les aires urbaines et les territoires « résidentiels et touristiques » pour les espaces ruraux. Certains de ces modèles sont plus ou moins vertueux. A l'intérieur de ces différents modèles des écarts importants existent entre les potentiels de captation de revenus et les capacités à redistribuer ces revenus et à transformer les richesses captées en emplois. Par exemple, certains territoires captent 4 à 5 000 euros de plus par habitant et par an que la moyenne régionale, mais ils ont deux fois moins d'emplois de proximité et ont besoin de plus de ressources financières pour créer un emploi.

Globalement il faut rechercher un équilibre entre production et captation-distribution de la richesse d'une part et transformation de cette richesse en valeur ajoutée d'autre part.

Du fait de la différence entre territoires, il n'existe pas « une seule recette », mais des ajustements à trouver entre le couple production/consommation et la spécificité de chaque territoire.

Il convient ainsi de bien définir les revenus des territoires pour comprendre ses faiblesses. (voir partie IV.1- Appréhender l'activité et les revenus globalement pour gérer les territoires page 91).

Il est clair que le développement territorial n'obéit pas qu'à un seul modèle standard, il s'appuie sur les spécificités locales, qu'elles soient économiques, culturelles, administratives...

I.1.4 Le numérique et l'économie collaborative révolutionnent la proximité

Le numérique entraîne un changement important de par l'accès illimité aux informations et à la connaissance, (dont l'utilisation peut être futile ou pertinente), **alors que l'économie contemporaine est basée sur la rareté** (limite de la croissance et du monde fini) **avec des applications plus matérielles**. Le numérique fait basculer le paradigme de la connaissance et engendre une révolution intellectuelle, permettant de contester des modèles considérés acquis. A l'exemple de la relation à l'alimentation où des agronomes estiment qu'aujourd'hui et à l'avenir, notre planète peut sans difficulté nourrir tous les Hommes mais avec une agriculture locale pour chacun, à l'inverse du modèle occidental qui jette plus qu'il ne consomme, dont il faudrait évaluer les productions en abondance et les gaspillages.

De nouvelles relations, échanges et modèles économiques bouleversent rapidement les modèles et structurations connus :

- **l'économie collaborative** consiste à partager l'usage d'un objet (voiture, outil, appartement, pièce...) sur de nouveaux modèles économiques (ex. : Blablacar),
- **le financement participatif** (Crowdfunding¹¹ voir IV.4.3.1- Le financement participatif- p117), est un financement partenarial basé sur de petites contributions d'individuels ou d'organisations dont le nombre de contributeurs est très important, qui propose une alternative aux financements publics ou privés, avec également pour particularité de collecter et de mobiliser de l'épargne locale. Il y a une multitude d'initiatives citoyennes qui utilisent des dynamiques collaboratives,
- **la production participative** (Crowdsourcing) permet à chacun de fabriquer des informations qui sont partagées

¹¹Bpifrance a créé un portail de référencement des acteurs du crowdfunding <http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>

par tous, là où seule la puissance publique intervenait (ex. : « Open street map », informations de géolocalisation fournies par les utilisateurs qui permettent d'avoir des cartes plus précises que celle de l'IGN, utilisé également dans les pays pauvres où il n'y a pas de cartographie officielle. Les pompiers de Brest utilisent « Open street map » pour leurs interventions d'urgence car il est plus précis. Également Wikipédia (encyclopédie libre) ou Tela Botanica (réseau de botanistes francophones) qui est devenu la référence dans la classification des espèces avec des contributions quotidiennes alors que cette banque de données était considérée comme secondaire.

Nouveau modèle de production locale : les laboratoires de fabrication (Fablab¹²) et les imprimantes 3D sont bien plus que des gadgets. Sur le principe des imprimantes à jet d'encre, elles projettent une matière plastique, de métal, ou de béton, qui va reconstituer l'objet modélisé. Les 1^{ers} modèles coûtent 350 € et peuvent être installés chez soi. Cette technique peut réconcilier la conception et la fabrication locale.

Alors que précédemment le design, l'ingénierie, la conception et la fabrication étaient réalisés sur nos territoires, aujourd'hui si l'Occident réalise la conception, la production est effectuée dans les usines du monde dissociant ainsi la chaîne de création, conséquence négative de la mondialisation pour nos pays.

A Toulouse le Fablab Artilect (<http://www.artilect.fr/>) crée et fabrique de petites séries de produits. Des projets similaires sont envisagés dans des villes plus petites comme à Limoux (Scic Sapie¹³).

L'ancienne logique économique de référence était de vendre toujours plus avec une rotation des produits organisée notamment

¹² contraction de l'anglais « fabrication laboratory »

¹³ un espace de coworking, un fablab, des ateliers pour échanger et apprendre, une coopérative d'activités et d'emplois... <http://www.sapie.eu/>

par les mécanismes de l'obsolescence programmée. Maintenant, nous allons vers la volonté de concevoir en intelligence collective des productions réalisées pour durer longtemps. Ce n'est plus le même schéma du rapport à la fabrication industrielle et de la concentration capitaliste. Par exemple, les imprimantes 3D permettent de produire la pièce défectueuse d'une machine à laver et de la réparer individuellement. Ce serait aussi la possibilité pour des territoires de fabriquer des machines outils.

Ces évolutions ont également des conséquences sociétales au niveau de la structuration de l'emploi (voir 1.2.3.6 - La fin de l'emploi salarié ? - p40).

1.1.5 Vers l'industrie de proximité¹⁴ ?

Les crises économiques et écologique impactent en profondeur les économies des pays occidentaux où une partie de la population, paupérisée et précarisée, se met à la recherche de produits de consommation moins coûteux et de revenus complémentaires. L'Asie qui transforme des matières premières parfois importées d'Europe, vend ses produits manufacturés sur le territoire de la CEE contribuant à notre perte de valeur ajoutée. C'est ainsi que la volonté Européenne est de réindustrialiser son économie tout en ayant conscience de la nécessité de considérer son impact sur la transition écologique.

Comment concilier ces impératifs apparemment contradictoires ?

C'est d'abord dans des environnements aux marges des grands flux économiques que l'on expérimente des réponses pour concilier production locale et environnement en réparant ou recyclant tout ce qui peut l'être, en fabriquant soi-même ses objets et les vendre, en rapprochant producteurs et consommateurs... Néanmoins, les pratiques contributives du web, les réseaux sociaux, avec la conception-fabrication numérique appuyée sur le réseau sans

¹⁴Fing (Fondation Internet Nouvelle Génération) <http://fing.org/?Vers-l-industrie-de-proximite>

cesse plus étendu des Fablabs, se rapprochent et facilitent l'émergence et la diffusion de ces alternatives locales. Certains Fablabs commencent à devenir des micro-usines capables de produire des objets à la demande ou en petite série. On observe également que les réseaux de recyclage se rapprochent de PME industrielles qui cherchent à organiser des circuits fermés, où les déchets des uns sont les matières premières des autres vers des modèles d'économie circulaire.

On voit également des modèles d'AMAP auparavant confidentiels et autres acteurs du « Slow food »¹⁵ se fédérer et atteindre des dimensions importantes à l'échelle des villes.

Certains territoires et certaines grandes entreprises visionnaires voient le parti qu'ils peuvent tirer de cette dynamique et essaient d'organiser le passage à une échelle plus importante des ces initiatives confidentielles. Des infrastructures locales innovantes émergent à l'initiative d'entreprises ou d'associations, parfois même de réseaux informels d'individus : entrepôts, logistique, distribution, bourses de matières recyclées, ateliers partagés... Un nouvel écosystème de production s'incarne par la multiplication de petites unités de production situées à proximité des centres-villes, flexibles, interconnectées, insérées dans le tissu des acteurs locaux qui les nourrissent et s'en nourrissent.

Les entreprises commencent également à apprendre à produire autrement des objets plus durables, réparables, adaptables aux conditions et aux ressources locales, venant en concurrence d'une myriade de « néo-artisans », amateurs ou professionnels, qui conçoivent, améliorent et diffusent leurs modèles d'objets sur des réseaux « libres ». Cette nouvelle dynamique de conception, fabrication et distribution, attire l'attention de grands acteurs économiques à la recherche d'un nouveau souffle. Venus de la logistique, de la distribution ou du web, ils organisent des unités de production et de distribution en réseaux de franchises à

¹⁵le Slow Food est un mouvement international qui a pour principal objectif de sensibiliser les citoyens à l'écogastronomie et à l'alterconsommation

l'échelle mondiale. Dans plusieurs villes, ils évincent les précurseurs plus fragiles, réorganisent les circuits à leurs profits, écrèment le catalogue des objets qui peuvent être achetés, produits, réparés ou recyclés. Déstabilisés, les réseaux collaboratifs, les grappes de PME en appellent aux pouvoirs publics contre ces nouveaux monopoles. Mais en définitive, ces grands réseaux permettent de faire le lien avec l'industrie traditionnelle, tandis que les réseaux collaboratifs parviennent à préserver une part de leur territoire. Le nouvel écosystème industriel local devient plus complexe et a besoin de tout le monde.

1.2 Poids et évolution de l'économie de proximité

Du fait de l'augmentation continue de la productivité dans l'industrie, l'agriculture et les services tertiaires, du fait aussi de la mondialisation de l'économie, la part des emplois de production et de la Valeur Ajoutée s'est fortement réduite en France. La dynamique de l'emploi aujourd'hui se trouve dans l'économie de proximité. Elle est variable d'un territoire à l'autre.

1.2.1 Notes sur les éléments statistiques de l'économie de proximité

Les organismes de la statistique nationaux et les analyses régionales ne prennent pas assez en compte « l'économie de proximité » dans leurs travaux. De ce fait, le modèle de l'économie de proximité n'est pas appréhendé, référencé et structuré pour définir des indicateurs adaptés et se trouve même éclipsé des analyses récurrentes conjoncturelles en comparaison à d'autres secteurs économiques. L'économie de proximité a des spécificités qui doivent être considérées par des indicateurs adaptés qui doivent permettre d'appréhender les particularités des territoires afin de comprendre les interactions naturelles entre ces différents bassins économiques locaux. Le CESER prend acte de ce manque d'informations chiffrées et analysées et, en conséquence,

considère avec mesure les éléments statistiques présentés dans cet Avis.

Une des conséquences de cette situation de « mal » prise en compte de ce tissu économique de proximité est la perte d'indicateurs fondamentaux, nécessaires au bon pilotage du pays. Les différentes Gouvernances (nationales, régionales, locales) n'ayant pas ces indicateurs dans leurs tableaux de bord respectifs, peuvent de bonne foi, prendre des options « selon des logiques macros » qui peuvent être contreproductives « pour l'économie de proximité » en engendrant des situations critiques qui peuvent impacter la vitalité générale des tissus économiques de proximité et donc de l'économie régionale et française.

1.2.2 65 % des emplois sont de proximité en France

En France¹⁶ métropolitaine, entre 1982 et 2011, malgré les chocs économiques successifs, le nombre total d'emplois a augmenté de plus de 20 %, plus rapidement que la population (+ 16 % sur la même période). Mais certains territoires ont perdu des emplois, principalement en raison du recul des activités productives, notamment dans les fonctions de fabrication industrielle et de production agricole. En revanche, les territoires où l'emploi a progressé fortement ont souvent bénéficié d'une croissance simultanée des fonctions liées à l'économie de la connaissance et de celles tournées vers les services à la population. Ainsi, en 2011, les activités de la sphère présentielle représentent 65 % de l'emploi total contre 56 % en 1982. Leurs effectifs ont augmenté de 42 %, tandis que ceux de l'économie productive ont diminué de 6 %. En 2011, les fonctions de production abstraite ont pris le pas sur les fonctions de production concrète : ces dernières ne représentent plus que 30 % de l'économie productive contre 56 % en 1982.

¹⁶http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1538

Tableau : En France 65 % des emplois concernent l'économie de proximité.

Tableau 1. La répartition des emplois par sphère économique et par grands secteurs d'activité

Sphères économiques	Nombre d'emplois						Taux de variation annuel	
	1990		1999		2009		1990-1999	1999-2009
	Effectif (milliers)	%	Effectif (milliers)	%	Effectif (milliers)	%		
Sphère non présentielle	9 031	41	8 716	38	8 987	35	- 0,39	0,31
Sphère présentielle	13 039	59	14 085	62	16 732	65	0,86	1,74
Transport	495	2,2	462	2,0	533	2,1	- 0,76	1,43
Construction	1 623	7,4	1 323	5,8	1 752	6,8	- 2,25	2,85
Éducation/jeunesse	1 647	7,5	1 936	8,5	2 259	8,8	1,81	1,56
Santé et social	1 979	9,0	2 390	10,5	3 118	12,1	2,12	2,69
Commerce	2 312	10,5	2 214	9,7	2 533	9,9	- 0,48	1,35
Services au public	2 348	10,6	2 984	13,1	3 346	13,0	2,70	1,15
Services marchands	2 635	11,9	2 776	12,2	3 191	12,4	0,58	1,40
Dt secteurs tourisme	687	3,1	750	3,3	914	3,6	0,98	2,00
Emploi total	22 070	100	22 801	100	25 718	100	1,21	0,36

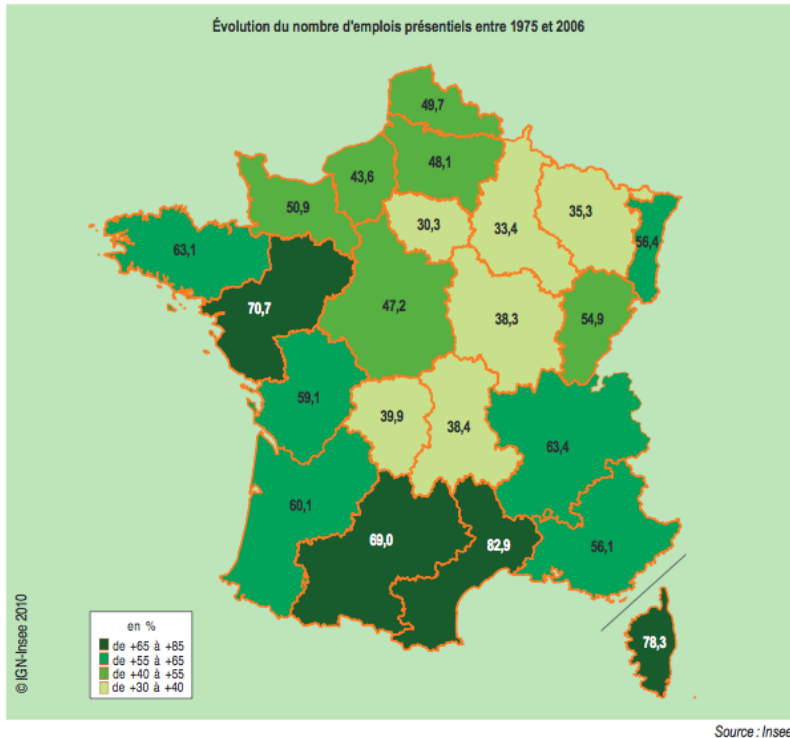
Source : INSEE.

1.2.3 Jusqu'à 74 % des emplois et 83 % des revenus de territoires en LRMP

1.2.3.1 Forte évolution des emplois de proximité en LRMP

Carte : Progression de l'emploi présentiel en LRMP comparé à la France

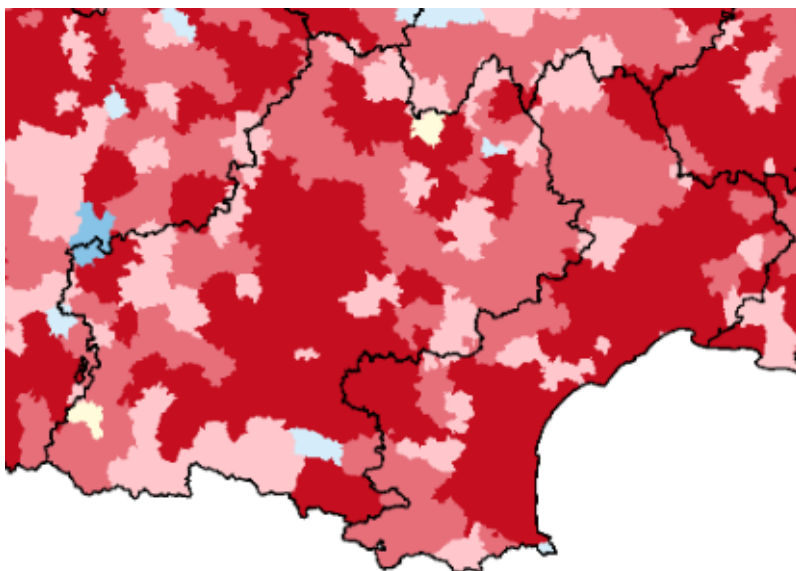
L'emploi présentiel augmente dans toutes les régions à commencer par le Languedoc-Roussillon et la Corse



Avec les progressions les plus importantes en France depuis 40 ans¹⁷, 82,9 % en Languedoc-Roussillon et 69 % en Midi-Pyrénées, LRMP aurait plus de 65 % de ses emplois qui sont liés à l'économie de proximité.

¹⁷analyse économétrique de la croissance de l'économie présenteielle en France - synthèse du rapport de recherche

Carte : croissance de l'emploi présentiel entre 1990 et 2009 en LRMP



Source:©IGN2011, INSEE-RP1990-1999-2009 exploitation complémentaire
CESAER-DIJON2013



La croissance des emplois présentsiels est variable selon les territoires et doit être étudiée localement pour connaître les raisons de ces évolutions.

Tableau : Evolution des emplois en LRMP¹⁸

	Languedoc-Roussillon					Midi-Pyrénées				
	1999		2013		Taux de variation	1999		2013		Taux de variation
	en nombre	%	en nombre	%		en nombre	%	en nombre	%	
Agriculture	45 898	5,6	34 189	3,6	-25,5%	64 543	6,1	47 292	3,9	-26,73%
Industrie	79 142	9,7	74 588	7,8	-5,8%	157 155	14,9	155 404	12,7	-1,11%
Construction	53 550	6,6	72 898	7,6	36,1%	65 764	6,2	82 788	6,8	25,89%
Tertiaire marchand	350 641	43,1	438 976	45,7	25,2%	429 044	40,7	537 661	44,1	25,32%
Tertiaire non marchand	284 507	35,0	339 698	35,4	19,4%	338 052	32,1	396 138	32,5	17,18%
Total (effectif)	813 738		960 349		18,0%	1 054 558		1 219 283		15,62%

Source : Insee, estimations localisées d'emploi

Les emplois ont progressé entre 1999 et 2013 de 18 % en Languedoc-Roussillon et de 15,62 % en Midi-Pyrénées. Si nous constatons que globalement les activités agricoles et industrielles ont diminué, cette analyse ne peut néanmoins pas définir précisément le nombre et l'évolution des emplois pour les sphères économiques en LRMP, une partie des emplois tertiaires marchands devant être intégrée à l'activité industrielle.

¹⁸http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=7&ref_id=trac03103
http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=1&ref_id=trac03103

Tableau : Population et tissu économie en Midi-Pyrénées ¹⁹

Unité : %

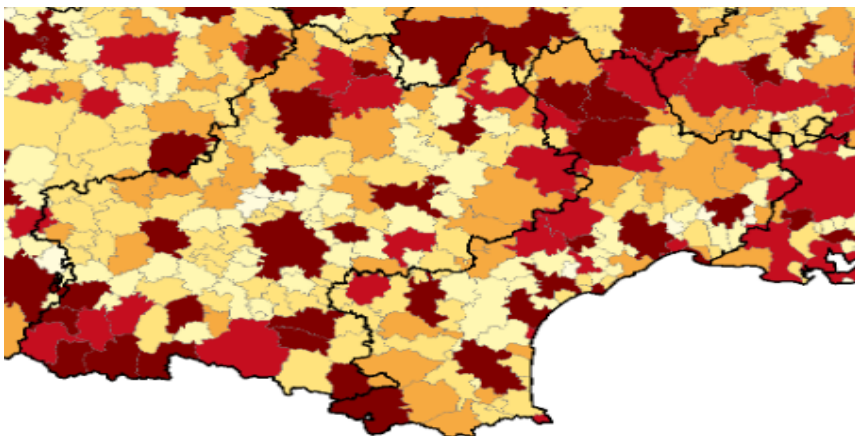
	Evolution de la population totale entre 1999 et 2009	Part des Séniors de 60 ans et plus dans la population totale	Part des activités présentes dans l'emploi total	Evolution de l'emploi présentiel entre 1999 et 2009	Poids de l'industrie dans l'emploi total	Poids de la sphère agricole
Albi	9,7	29,6	70,4	16,3	11,4	8,7
Auch	5,4	31,3	67,2	16,2	8,4	15,6
Brive-la-Gaillarde	7,2	30,4	61,9	20,3	17,7	11,4
Cahors	8,4	31,7	72,7	15,7	10,0	10,3
Castres - Mazamet	2,3	28,5	62,9	13,8	18,9	8,8
Figeac	8,1	32,5	63,3	24,7	20,4	10,8
Foix - Pamiers	10,5	27,8	73	24,8	15,7	5,5
Millau	5,7	30,4	66,1	13,2	13,6	15,6
Montauban	14,1	26	68,4	30,6	11,1	10,7
Mont-de-Marsan	8,2	27,6	64,9	19,7	13,6	15,2
Rodez	5,1	29,9	62,6	16,5	14,7	14,7
Saint-Gaudens	7	33,5	76	23,2	9,5	7,1
Saint-Girons	6,5	33,5	74,2	21,2	12,7	10,8
Tarbes - Lourdes	3,2	29,5	73,7	11,1	11,6	6,8
Toulouse	18,7	19,7	62,1	30,8	13,2	3,1
Villefranche-de-Rouergue	4,2	33,6	60,6	20	16,3	18,7
Midi-Pyrénées hors ZÉ de Toulouse	7	29,8	68,1	18,2	13,2	11
Midi-Pyrénées	12,1	25,1	65,1	24	13,2	6,9
Province	6,7	23,7	65,3	19,6	15,3	6,4

Source : Insee: recensements de la population 1999 et 2009

En Midi-Pyrénées de 1999 à 2009, l'emploi présentiel a augmenté de 24 %. Il représentait en 2009 en moyenne 65,1 % de l'emploi, dont jusqu'à 74,2 % pour certains territoires.

¹⁹http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=7&ref_id=20071&page=six_pages/6p_n152/6pages_n152_pages2.htm#encadre1

Carte : Densité des emplois présentsiels en 2009



Source: ©IGN2011, INSEE-RP2009 exploitation complémentaire
CESAER-DIJON2013

L é g e n d e :

□ Région

| Limites BV 2012

Densité d'emplois
présentsiels 2009 / 1000 hbts

□ Moins de 130

□ de 130 à moins de 170

□ de 170 à moins de 210

□ de 210 à moins de 250

□ de 250 à moins de 290

□ 290 et plus

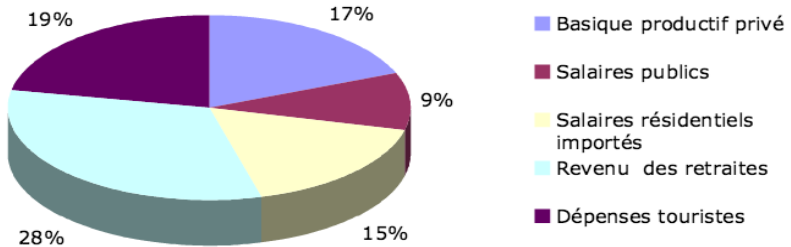
La densité des emplois présentsiels est plus prégnante sur certains territoires des Pyrénées, du pourtour méditerranéen et des métropoles.

1.2.3.2 83 % des revenus basiques de territoires

Une étude²⁰ de la DATAR de 2000 sur les Pays de Midi-Pyrénées faisait état de 83 % de revenus issus de l'économie présente sur certains territoires.

Graphique : Poids de l'économie résidentielle dans les Pays de Midi-Pyrénées en 2000

Composition du revenu basique des ménages dans les pays de Midi-Pyrénées (2000)



Etude Acadie – DATAR - 2009

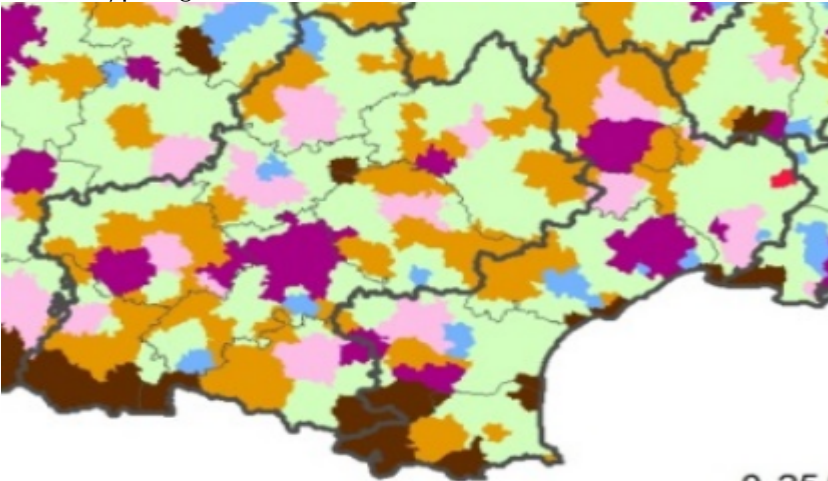
Néanmoins, l'étude souligne la prise en considération de certains éléments qui rend difficile la valorisation et la comparaison au niveau régional (ex. : le calcul est fait hors unité urbaine, pour saisir la réalité de l'espace rural). Et la période étudiée ne peut plus être transposée de nos jours au regard de la forte évolution de l'économie résidentielle dans notre économie.

²⁰Préfecture de région Midi-Pyrénées (Philippe ESTEBE, Yves JANVIER, Sophie TIEVANT, Laurent DAVEZIES), rapport : « L'économie résidentielle et le développement local : conséquences ou levier ? » - Octobre 2007 (Chiffres 2000)

Typologie des bassins de vie.

Différents modèles économiques coexistent selon les bassins de vie voisins démontrant la nécessité d'une meilleure connaissance des territoires pour une adaptation des politiques économiques où un seul modèle de développement ne peut être calqué.

Carte : Typologie des bassins de vie en LRMP en 2009



TYPOLOGIE

- Profil moyen
- Profil "Santé - social"
- Profils "Services au public"
- Profil dominé par les services au public
- Profil mixte services au public et santé-social
- Profil "Tourisme"
- Profil "Education"
- Profil "Construction"

Sources : INSEE RP 2009, exploitation complémentaire Irstea et UMR Cesaer ; IGN GéoFLA 2007. Réalisation : UMR Métafort (Irstea – équipe EIDER) – S. Truchet – G. Brétière – décembre 2013.

Pour les espaces ruraux, de montagne et les petites villes, l'économie de proximité est d'autant plus importante que le contexte de métropolisation, d'essor de l'économie de la connaissance et de déclin des emplois industriels amenuise leurs ressorts productifs.

1.2.3.3 Ambivalences de l'emploi de proximité

Les niveaux de qualification de l'emploi de proximité requis sont extrêmement variables. En effet, ils offrent des possibilités d'embauche pour des personnes pas et peu qualifiées, mais également très qualifiées dans les secteurs de la santé, de l'éducation, du conseil, de la culture, etc. Par ailleurs, ces emplois sont non délocalisables, peu sensibles aux chocs conjoncturels et résistent mieux à la crise économique.

Si l'économie résidentielle peut générer des activités et des emplois, elle a aussi des conséquences ambiguës sur l'évolution du travail et sur le développement économique des territoires. Elle exerce **des effets plus faibles induits sur la croissance locale que ce que suggère sa part dans l'emploi**, aussi bien du côté de l'offre que de la demande.

En raison **de salaires plus faibles** (plus d'employés et d'ouvriers et contrats à temps partiel et de durée plus courte), la part du résidentiel est moins forte en termes de rémunérations qu'en termes d'effectifs. Par conséquent, les créations d'emplois impliquent une moindre augmentation du pouvoir d'achat distribué.

Le risque de perte de qualification est lui aussi envisageable. En effet, faute de débouchés locaux pour des emplois qualifiés, les jeunes seront conduits à quitter le territoire pour trouver du travail à hauteur de leur formation.

Les gains de productivité dus au numérique sont généralement plus faibles que dans la sphère productive.

Nous soulignerons également que **si les emplois sont non-délocalisables, leur pérennité n'est assurée que par la capacité du territoire à engendrer des revenus suffisants.**

Le marché de l'emploi est caractérisé par la surreprésentation des femmes²¹ dans les activités dites de « l'économie présentielle », à savoir des secteurs d'activités qui se localisent en fonction de la demande locale. Ces activités sont « consommées » sur place par des résidents, touristes et autre population présente dans le territoire. Il s'agit des commerces de détail, des services à la personne, des secteurs de l'éducation, de la santé etc. La féminisation du marché de l'emploi n'a pas altéré la concentration sectorielle de l'emploi féminin puisque le taux de féminisation dépasse 70 % dans les secteurs de services alors que les hommes occupent 70 % des emplois industriels (Meron, Okba, Viney, 2006).

Cette « spécificité » du marché de l'emploi féminin se traduit par des situations professionnelles souvent peu valorisées : métiers à faible qualification, précarité des emplois, flexibilité du temps de travail, prépondérance du temps partiel, faiblesse des rémunérations (MULLER, 2006). Ainsi, parmi les femmes actives, la proportion d'emplois à temps partiel²² est passée de 15 % en 1980 à 30,2 % en 2007. Chez les hommes, ce taux est passé de 2 % à 5,7 % (GADREY, 2009).

On peut également noter une moindre organisation de ces métiers. Les acteurs de l'économie productive, organisés par filières, pôles, clusters sont les premiers interlocuteurs et bénéficiaires des politiques publiques de développement économique dans les territoires. L'économie présentielle (dont touristique) paraît souvent bien désordonnée pour défendre sa place dans le système local.

²¹Magali TALANDIER, « Redéfinir l'enjeu de l'économie présentielle et le rôle des femmes dans les économies locales - Le cas des territoires de montagne » – Revue de géographie alpine - <https://rga.revues.org/2028>

²²Un rapport du Conseil Economique et Social de 2008 note que l'essentiel de la hausse de l'emploi féminin est dû à celle de l'emploi à temps partiel. Cette situation serait subie dans 30 % des cas (ARNAULT, 2005), un taux deux fois plus élevé qu'en moyenne en Europe (BLOCH et GALTIER, 1999)

1.2.3.4 Les emplois écologiques de demain seront de proximité

A la faveur de l'évolution de la considération des valeurs écologiques, Jean GADREY a établi un tableau (ici simplifié²³) de l'évolution des emplois à horizon 2050.

²³ Extrait de l'Avis « L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société Française » - CESE 2010

Tableau : Tendances de l'emploi à l'horizon 2050 en faveur de l'économie de proximité et écologie selon Jean GADREY

Secteurs	Enjeux	Tendances de l'emploi à l'horizon 2050
Agriculture, sylviculture, pêche	Production bio de proximité	Croissance globale, sauf pour la pêche
Industrie manufacturière	Réduction des volumes. Relocalisation. Prime aux PME de proximité. Forte croissance dans les secteurs d'innovation pour la durabilité des produits.	Réduction de l'emploi dans les grandes firmes globales. Limitation des productivisme
Bâtiment, énergie	Passage volontariste aux énergies renouvelables. Prime à l'innovation.	Forte croissance, notamment pour le bâtiment.
Urbanisme	Réinvestissement des centres en développant la mixité habitat/commerce/production.	Croissance
Commerce	Priorité à un commerce de proximité lié à des coopérations de producteurs de proximité.	Décroissance dans la grande distribution. Forte croissance dans le commerce de détail.
Hôtellerie-restauration-tourisme	Crise du tourisme longue distance. Prime au tourisme et à la restauration de proximité.	Décroissance dans le tourisme « au loin ». Croissance dans le tourisme résidentiel et de proximité.
Artisanat	Passage de biens jetables à des biens durables : allongement de la durée de vie des produits. Rôle important dans la proximité : recyclage, entretien, etc...	Forte croissance
Service à la personne (notamment enfance et personnes âgées)	Faire face à la demande de la société et au vieillissement de la population.	Forte croissance aidée par des financements publics.
Transports	Diminution des pollutions. Promotion des transports propres. Remise en cause de la vitesse.	Forte croissance, sauf dans les transports collectifs et les PME innovantes.

Source : d'après Jean GADREY, « Croissance et décroissance », conférence du groupe de réflexion Utopia, Paris 1- avril 2008. www.utopiaconf.free.fr

1.2.3.5 L'apprentissage

Les métiers de l'Artisanat participent à l'ascenseur social pour les hommes et les femmes qui s'y investissent. A mi-chemin entre la formation et l'emploi, le recrutement d'un apprenti est un **enjeu majeur** pour les établissements artisanaux notamment pour transmettre des savoir-faire. Les apprentis acquièrent le métier et participent à l'activité de l'entreprise. Actuellement 2 apprentis sur 3 travaillent dans le secteur des services ou du bâtiment. 1 apprenti sur 2 est dans un établissement de moins de 5 salariés.

L'artisan a su conserver des valeurs durables, une manière d'être, de se comporter qui crée du lien social, avec l'intention d'un renouvellement notamment envers la formation des jeunes. Il doit répondre aux évolutions des attentes des clients en conjuguant les éléments de progrès technologiques (confort de travail, plus de compétitivité...) avec une logique de différenciation et de valeur en conservant le geste professionnel. Les nouveautés technologiques doivent devenir des atouts pour faciliter le travail et permettre de se concentrer sur la créativité.

L'artisanat doit être plus visible pour ne pas être perdu dans la multitude d'offres. La conjoncture de ces dernières années a conduit à une baisse du nombre d'apprentis. En 2014, on compte 8 778 apprentis, dont 5 948 formés par l'université des métiers, ce qui représente une baisse de -6,1 % par rapport à 2013 (12 % en 4 ans). Il y a un besoin de créer plus d'actions de sensibilisation auprès des jeunes, car il n'y a plus de vitrine des métiers. Autrefois, les artisans existaient sur le territoire de vie des jeunes qui pouvaient identifier les métiers alors qu'aujourd'hui ils ne sont plus visibles.

1.2.3.6 La fin de l'emploi salarié ?

En France, 17 % des emplois sont créés sous statut individuel contre 50 % prévus aux USA en 2020. Cette situation doit être analysée d'un point de vue prospectif. Si elle peut ouvrir des

champs considérables, elle peut également faire peur car elle modifie les bases fondamentales de notre structure des droits sociaux et donc du contrat social. Cela nécessite de réinventer d'autres modes de solidarités (Cf. Michel BAUWENS, Edgar MORIN ou Jérémy RIFKIN).

Ces penseurs perçoivent le modèle actuel comme une impasse qui va faire émerger une nouvelle économie (Bénédicte MANIER « un million de révolutions tranquilles »²⁴). Les nouvelles technologies de communication, les possibilités de fabrications individualisées et au plus proche des consommateurs grâce aux imprimantes 3D, la nécessité de décongestionner les déplacements dans les grandes métropoles, l'envie des populations d'un environnement plus rural sont autant de raisons qui peuvent conduire à une modification du monde du travail par le développement des statuts indépendants.

1.2.4 95 %²⁵ des achats sont régionaux mais quelle est la part des produits régionaux ?

1.2.4.1 Vision régionale sur Midi-Pyrénées

En Midi-Pyrénées, depuis 2010 la population a sensiblement augmenté. La taille des ménages a fortement diminué (3,2 personnes en 1968, 2,2 en 2011) et leur vieillissement a augmenté (25 % supérieurs à 60 ans).

²⁴des exemples en Inde, en Afrique, aux États-Unis, en Europe, de populations avec des actions citoyennes qui ont mis en place d'autres manières de consommer, de commercer, d'échanger, de cultiver, de vivre... qui se sont affranchies du modèle consumériste, créant parfois leur propre monnaie, leurs banques, gérant même leur approvisionnement en eau et en énergies, reverdisant le désert ou organisant de nouvelles façons de travailler ensemble

²⁵source : Observatoire du commerce et de la consommation, CCI de Midi-Pyrénées 2014 – enquête auprès d'un échantillon de 10 000 ménages interrogés par téléphone. La représentativité sur chaque bassin de consommation est assurée par la mise en place de quotas (Taille du ménage et CSP). L'étude porte sur un panel de 41 produits, 38 regroupés en 5 familles de produits de consommation courante + 3 produits « Services » : Parapharmacie/Coiffeur/Accessoires Automobiles (mais pas les gros achats type voyage, voiture, maison...)

Répartition des ventes :

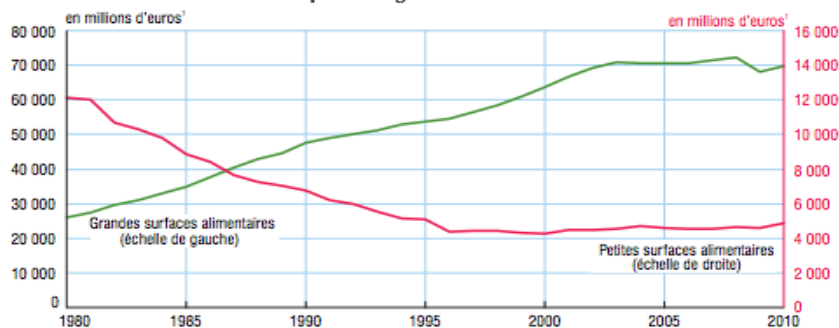
Marché alimentaire : ventes à 75 % en grandes surfaces, 17 % dans les établissements de moins de 300m², 5 % commerce non sédentaire, 1 % à distance, 2 % autres.

Marché non alimentaire : vente à 67 % en grandes surfaces, 27 % dans les établissements de moins de 300m², 1 % commerce non sédentaire, 1 % par correspondance, 4 % par internet, 1 % autres.

Ventes à distance : en 2014, 81 % des dépenses réalisées par la vente à distance sont effectués par Internet alors que ce taux n'atteignait pas les 60 % en 2009. En valeur, la vente à distance n'a que très légèrement augmenté, mais on constate un report de la vente par correspondance sur Internet.

Schéma : En France évolution des Chiffres d'Affaires selon le type de commerce alimentaire²⁶.

1. Chiffre d'affaires en volume des petites et grandes surfaces alimentaires entre 1980 et 2010



1. Les chiffres d'affaires sont déflatés par l'indice des prix à la consommation base 100 en 1980.

Champ : France.

Source : Insee, comptes des secteurs du commerce.

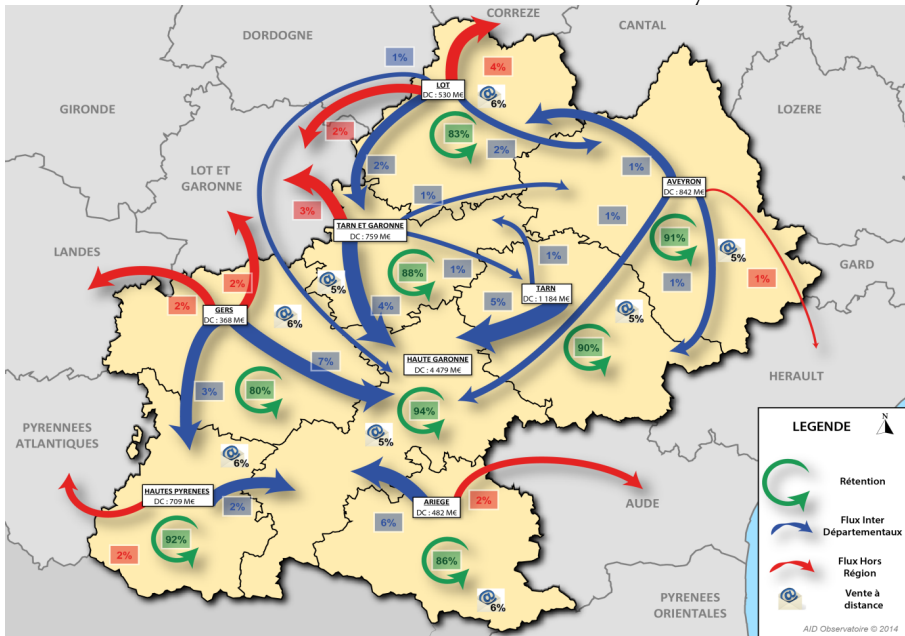
Les années 1988/1989 marquent un basculement de la consommation en grandes surfaces par rapport aux petites surfaces.

²⁶<http://www.localtis.info/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1250168297951&blobheader=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>

Où consomment les ménages ?

Globalement sur la région Midi-Pyrénées, 95 % des achats de consommation courante se font sur le territoire régional. A une échelle départementale, la consommation se fait entre 80 % (Gers) et 94 % (Haute-Garonne) sur le territoire départemental. A une échelle plus basse, au niveau des « bassins d'emplois » on remarque un taux de rétention moindre, avec plus d'échanges avec les territoires limitrophes selon les réalités géographiques et une part importante des achats qui sont réalisés sur la métropole Toulousaine (10 % à 60 %).

Carte : Taux de rétention et flux des achats en Midi-Pyrénées



Source : observatoire du commerce et de la consommation, CCI de Midi-Pyrénées 2014

On notera également une évolution des sites de consommation notamment dans les grands centres commerciaux. Sur l'agglomération toulousaine, les niveaux d'activités ont baissé sur Labège et Portet-sur-Garonne.

1.2.4.2 Exemple d'un territoire local

L'étude d'un territoire plus petit (commune de Saint-Gaudens) montre des différences notables par rapport à la moyenne régionale fortement influencée par la métropole toulousaine. Augmentation de la population plus faible (4 % contre 10 %), actifs qui travaillent hors de leur domicile (32 % contre 60 %), plus de ménages qui n'ont pas de voiture (21 % contre 14 %), plus de personnes de plus de 60 ans (36 % contre 25 %), et une taille des ménages qui réduit et qui est plus faible (1,8 contre 2,2).

Tableau : La consommation à Saint-Gaudens en M€ en %

Formes de vente	Total		Produits alimentaires		Produits non alimentaires	
Commerce 300m ²	42	27%	11	15%	31	39%
Grandes surfaces	110	72%	62	83%	48	61%
<i>Hypermarchés</i>	85	55%	53	71%	32	41%
<i>Supermarchés</i>	4	3%	3	4%	1	1%
<i>Hard-discounts</i>	6	4%	5	7%	1	1%
<i>Grandes Surf. spécialisées</i>	14	9%	0	0%	14	18%
<i>Autres et drives</i>	1	1%	1	1%	0	0%
Commerce non sédentaire	2	1%	2	2%	0	0%
Total	154	100%	75	100%	79	100%

Source : observatoire du commerce et de la consommation, CCI de Midi-Pyrénées 2014

L'évasion de la zone de chalandise de la commune est plus importante que la moyenne régionale entre 17 % pour l'alimentaire à 41 % pour l'équipement à la personne. La vente à distance, représente presque 20 % de l'évasion (dont 80 % d'Internet). Mais la part des achats réalisés en grande surface est fortement majoritaire, à l'image des grandes agglomérations.

1.2.4.3 Pourquoi consommer des produits locaux ?

Les enjeux de la promotion de produits locaux vont bien au-delà d'aspects purement économiques. **La préoccupation majeure est de faire vivre les territoires par tous leurs aspects qu'ils soient humains, économiques, environnementaux ou culturels.**

Vendre des produits locaux demande de valoriser et de préserver les ressources du territoire. C'est un travail important qui nécessite de l'écoute, une observation, de l'engagement ainsi que des attentes ambitieuses en terme de qualité :

- tous les territoires n'ont pas la même vocation et doivent être considérés au regard de leur milieu naturel,
- il faut mettre en avant les ressources locales,
- il est important de se positionner par rapport à la demande des consommateurs.

Ainsi le développement des circuits courts de proximité permet de :

- **redonner aux agriculteurs une forme de reconnaissance professionnelle** par la vente de leurs produits localement. Mais aussi mieux valoriser la production en ayant l'assurance de vendre le produit à un prix « juste », qui reflète le travail effectué pour arriver à la fabrication de ce produit. Développer le lien avec les consommateurs (lien social et « éducation » du consommateur), la valorisation de son territoire, et l'indépendance dans le travail sont considérés comme des avantages indéniables. De plus,

pour les 3/4 des producteurs, les circuits courts ont un impact positif sur l'emploi (maintien ou création d'emplois sur les exploitations),

- **faire face à une consommation de produits importés :** 80 % des produits consommés à Toulouse seraient d'origine hors Midi-Pyrénées, et sur le seul exemple de la viande bovine, la provenance serait à 80 % hors France. On consomme des produits qui ne sont pas locaux alors que 25 % des agriculteurs ont disparu depuis 10 ans, et 30 % pourraient disparaître dans les 10 ans à venir,
- **créer et garder la Valeur Ajoutée sur le territoire :** la proximité, même avec un chiffre d'affaires faible, permet de développer de l'emploi local et de participer à de l'activité locale. Il s'agit donc d'inverser un processus de diminution de la valeur ajoutée sur le territoire engagé en agriculture depuis 30/40 ans. L'extensification, avec une baisse du nombre d'agriculteurs entraîne une diminution de la transformation et par conséquent une baisse de la création de Valeur Ajoutée,
- **défendre des valeurs de développement durable :** si les politiques de développement durable doivent être mises en œuvre au travers notamment de la norme ISO 26000²⁷, il est important de souligner qu'un des 3 piliers du développement durable c'est l'aspect social qui doit aussi s'entendre par une gouvernance globale avec toutes les parties prenantes du territoire.

Il est important de préciser que les circuits courts de proximité et circuits longs ne doivent pas être opposés. Ce sont des modes de distribution complémentaires. Avec moins de moyens financiers, techniques et logistiques, les circuits courts ne pourront pas exister

²⁷source AFNOR : L'ISO 26000 présente des lignes directrices pour tout type d'organisation cherchant à assumer la responsabilité des impacts des ses décisions et activités et en rendre compte. (Responsabilité sociétale)

sans les structures et les moyens des circuits longs. Par exemple, les abattoirs, incontournables pour la transformation, assurent leur activité grâce aux volumes importants des circuits longs et les producteurs couvrent souvent leurs charges fixes par les ventes en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS).

Néanmoins, les prix en vente directe sont fréquemment jugés chers par les consommateurs qui ne comprennent pas que les circuits de distribution longs, avec de nombreux intermédiaires, arrivent à pratiquer des prix plus bas.

1.2.4.4 Quelle est la part des biens produits localement ?

Encore une fois, nous nous heurtons ici à la difficulté d'avoir des éléments statistiques. Le CESER avait également été confronté à cette difficulté lors de son Avis sur l'Agroalimentaire en voulant connaître la part de la consommation locale de produits locaux. Cette analyse ne peut se faire que par une étude sectorielle sur chaque produit en considérant les productions et les consommations. Ce travail, à notre connaissance, n'a pas été réalisé.

1.2.4.5 5, 10, 20, 50 % de consommation alimentaire locale ?

Plus d'un consommateur sur deux achète des produits locaux en Midi-Pyrénées. L'étude²⁸ en référence, indique que 56 % des Midi-Pyrénéens achètent régulièrement des produits locaux (contre 39 % en moyenne nationale). Lors de l'achat de produits agro-alimentaires, le critère « local » est très important ou assez important à 77 % pour les consommateurs de Midi-Pyrénées (contre 72 % en moyenne nationale). « Pourquoi ces consommateurs achètent local ? » : le soutien à l'économie locale (37 %), le goût (28 %), la confiance (15 %).

²⁸ sondage exclusif de l'Institut de sondage CSA, commandé par la Région Midi-Pyrénées sur les habitudes de consommations des produits locaux. <http://france3-regions.francetvinfo.fr/economie/consommation?r=midi-pyrenees>

La vente en circuits courts est un des marqueurs de la consommation locale. En région comme au niveau national, les circuits courts de proximité se développent²⁹. Sous ce vocable, on entend la vente directe et celle qui implique un seul intermédiaire entre producteurs et consommateurs. Les deux canaux sont en croissance. En 2010, 19 % des fermes en Midi-Pyrénées les pratiquent contre 14 % en 2000. La tendance est nettement plus marquée en bio puisqu'en 2012, la vente directe à elle seule concernait 53 % des fermes bio de la région. Il s'agit d'abord de vente sur les marchés, puis à la ferme, via les AMAP et de vente par correspondance (Données Agence bio) et dans une moindre mesure des systèmes récents tels que : drives fermiers, paniers en gares et en entreprises, magasins de producteurs, distributeurs automatiques..., l'innovation étant guidée par l'idée d'aller au plus près des consommateurs pour que chacun gagne du temps. Cette diversité implique non seulement une grande hétérogénéité structurelle, mais aussi une variété de compétences et de technologies à intégrer en même temps que les fonctions, avec des enjeux indéniables en terme de relations sociales sur un territoire.

La vente directe est souvent déterminante pour la pérennité des petites exploitations qui y ont recours. Elle entre pour une large part dans la réalisation de leur Chiffre d'Affaires.

Les produits vendus en circuits-courts. En Midi-Pyrénées comme à l'échelon national, 16 % des exploitations agricoles vendent par le biais des circuits courts les produits alimentaires suivants : œufs, volailles, produits laitiers, viandes et autres produits animaux, légumes, fruits, miel, vin. Si l'on ajoute certains produits comme le pain, les champignons, les confitures, les jus de fruits, les fleurs et

²⁹en Midi-Pyrénées, la part d'exploitations utilisant les circuits courts de commercialisation est passée de 14 à 19 % entre 2000 et 2010. Cette évolution, qui inverse la tendance observée entre les recensements de 1988 et de 2000, répond aux exigences nouvelles des consommateurs, qu'ils soient sensibilisés à des critères de qualité ou désireux de contribuer au maintien d'une économie locale et d'un lien entre agriculteurs et territoires

arbustes, les fourrages... voire du bois de chauffage, ce sont non plus 16 % mais 19 % des exploitations qui sont concernées³⁰.

La commercialisation en circuit court diverge selon les territoires.

En Midi-Pyrénées, les deux modes de commercialisation en circuit court les plus utilisés sont la vente à la ferme et la vente sur les marchés. Les agriculteurs des Hautes-Pyrénées se distinguent par une forte présence auprès des commerces de détail alors qu'ils délaissent la vente directe. Dans le Tarn, en Ariège et en Aveyron une proportion élevée d'agriculteurs se déplace jusqu'aux particuliers lors de tournées.

Néanmoins, nous relèverons suite à l'étude CCI, citée plus haut, que 75 % des achats se font en grandes surfaces où la part des produits locaux est très faible.

1.2.4.6 Les centrales d'achat des grandes et moyennes surfaces et le développement local³¹

Pour les magasins franchisés³², la relation commerciale avec les centrales d'achat³³, limite le supermarché dans son approvisionnement auprès de fournisseurs locaux (ou en quantités minimales).

³⁰ ces « autres produits » n'étant pas dissociés dans le questionnaire du recensement agricole, les caractéristiques des exploitations les commercialisant en circuit court ne sont pas présentées dans les analyses en raison de leur forte hétérogénéité

³¹ extrait : Avis : « Une dynamique pour l'industrie Agroalimentaire en Midi-Pyrénées » – juin 2012

³² entretien CESER – exemple d'un réseau franchisé dont le fonctionnement serait généralisé en GMS

³³ une centrale d'achat est une organisation ayant pour objet de regrouper les commandes d'un ensemble de membres. La structure offre à la fois, de meilleures conditions d'achat (grâce aux économies d'échelle) et les services de promotion pour l'ensemble des membres

Le supermarché franchisé est lié pour ses achats à la centrale d'achat de son franchiseur. La relation commerciale entre les supermarchés et les centrales d'achats est basée sur un volume d'achat global annuel minimum. Ce volume d'achat est fixé unilatéralement par la centrale d'achat. Une remise conséquente sera versée en fin d'année par la centrale d'achat au supermarché si le volume global est atteint (environ 80 % des achats) et si, la condition supplémentaire, environ 25 % des achats sont des produits en Marque de Distributeur (MDD) est remplie. Le montant de cette remise est important, au point que lui seul permettrait l'équilibre de l'activité du supermarché.

Cette évolution est récente. Contrairement aux pratiques d'avant les années 2000 où le gérant pouvait librement acheter ses produits et faire jouer la concurrence. Aujourd'hui, seuls environ 20 % des volumes des produits peuvent être achetés librement et localement. C'est ainsi que la priorité du supermarché n'est plus de prendre en considération les caractéristiques du produit, la qualité, le prix ou la compétitivité, mais seulement le volume des achats traités annuellement. Aujourd'hui, les supermarchés qui font des achats en direct de produits locaux le feraient pour répondre à deux objectifs : soit répondre à une attente des consommateurs en produits locaux spécifiques (mais ces produits doivent être de qualité et compétitifs), soit ils sont l'enjeu d'objectifs promotionnels, visant à valoriser une image de proximité avec les agriculteurs et leurs produits.

Pour être référencé en centrale d'achat, les démarches sont très longues et complexes pour une petite entreprise. C'est ainsi que même les centrales d'achats ont des difficultés pour trouver des fournisseurs locaux malgré leur souhait de référencer des produits locaux pour répondre à la tendance du consommer local. Il est à noter que les producteurs qui sont référencés par les centrales d'achats sont généralement bien structurés, ont un produit de qualité, avec une bonne valeur ajoutée et peuvent fournir des volumes conséquents.

Le marché de proximité peut se développer fortement à l'exemple du Japon. Les Japonais qui n'ont que 35 % de suffisance alimentaire, réalisent 25 % de leur distribution en marché de proximité. Cette évolution a été poussée par plusieurs scandales alimentaires liés au poisson ou au lait qui avaient entraîné de nombreux décès notamment d'enfants. Ce sont des coopératives de consommateurs (jusqu'à 440 000 personnes), qui gèrent cette distribution en circuits courts. Ces consommateurs ne considèrent pas le prix en premier lieu mais ils veulent savoir qui sont les producteurs, comment ils produisent et s'ils sont engagés dans un développement durable.

1.3 Les acteurs de l'économie de proximité

Si les habitants sont les acteurs centraux du développement de l'économie de proximité, ce sont les politiques publiques qui accompagnent leur installation territoriale au travers des Services publics et les entreprises qui leur fournissent des services. Les acteurs de l'économie de proximité sont liés et indissociables.

L'économie de proximité est constituée d'un tissu économique d'entreprises centrées sur la satisfaction des besoins vitaux des populations (commerce et artisanat de proximité, services à la personne...), et en même temps recouvre une partie de l'économie productive, dont une partie de l'activité est tournée vers le marché local.

Par leurs activités économiques de proximité, leurs investissements matériels, leur investissement dans l'apprentissage, leurs capacités à créer de l'emploi et du lien social, les entreprises de commerces, de services ou artisanales, de même que celles rattachées au secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS), constituent l'essentiel des activités et des emplois sur nombre de territoires. Plus particulièrement, l'ESS apporte à la fois des réponses efficaces aux problèmes environnementaux, sociaux, culturels et économiques des territoires. Généralement plus petites que les entreprises industrielles classiques, les entreprises de la proximité

sont des leviers de premier plan de la dynamique territoriale (créatrices d'emplois, services diversifiés aux particuliers et aux entreprises, maintien des services publics en assurant parfois elles-mêmes certaines de leurs missions, production et entretien du patrimoine bâti, valorisation de ressources locales...).

La meilleure manière d'activer le levier de l'économie de proximité est de ne pas s'enfermer dans un modèle de réponse unique et d'ouvrir le champ des possibles en combinant les acteurs et les solutions économiques, sociales et environnementales.

1.3.1 Les populations

Si les dynamiques à l'œuvre ces dernières années se poursuivaient en LRMP, la population active augmenterait³⁴ de + 0,7 % par an, soit 20 000 actifs supplémentaires chaque année, d'ici 2030. Selon l'INSEE, la zone d'emploi de Toulouse concentrerait l'accroissement absolu le plus important. Dans le futur, un des enjeux est par conséquent de développer une offre d'emploi en phase avec l'évolution de la population active, ce qui a été le cas dans la période pré-crise. Il s'agira également de réguler les nombreux déplacements quotidiens entre les lieux de domicile et de travail qui sont le reflet de l'étalement urbain.

L'essor démographique lié à l'arrivée de nouveaux habitants est principalement dû à deux facteurs, d'attractivité d'abord le développement des activités économiques et de l'emploi, et l'offre des études supérieures. Les retraités constituent une minorité des nouveaux arrivants.

La tendance à la désertification des départements ruraux semble s'inverser. Nationalement on constate l'arrêt de la désertification des zones rurales depuis le début des années 2000 que Pierre AUDIBERT, Directeur de l'action et de la diffusion régionale

³⁴http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=1&ref_id=22549

de l'Insee, explique par l'effet de l'accroissement général de la population. « Ainsi, après une longue période de déclin puis de stagnation entre 1982 et 1999, la population augmente à nouveau dans les communes rurales et les petites agglomérations ». Mais on observe aussi sur la même période un léger tassement de la densification des grands centres urbains au profit d'un accroissement de population dans les villes moyennes et les zones périurbaines. De larges territoires, de plus en plus éloignés des villes et du littoral voient leur population se densifier de 0,2 à +2 habitants au km².

Ce repeuplement des campagnes voit l'installation de ménages désireux de quitter la vie en grande agglomération ou poussés pour raisons économiques liées à l'habitat. Ils résident loin de leurs lieux de travail et souhaitent profiter d'aménagements professionnels possibles tels que le travail à distance pour les salariés (télétravail) ou le développement d'activités libérales de services, liant ces pratiques au développement de réseaux internet de qualité.

Si les habitants sont les acteurs majeurs de l'économie de proximité, ils ne consomment pas de produits, ou du moins pas suffisamment, venant des circuits de vente vertueux pour le développement de leurs territoires. Soit parce qu'ils n'en ont pas forcément conscience, qu'ils ne savent pas comment mieux consommer ou qu'ils n'en ont pas les moyens suffisants (les produits locaux de qualité ont souvent un prix d'achat plus élevé que les produits importés).

La posture et le mode d'achat du « consume-acteur » impacte l'avenir de son patrimoine personnel et la dynamique ou l'inertie de l'économie de proximité

Les pratiques d'achats quotidiens ou exceptionnels des populations de proximité ont changé au cours des dernières décennies. Elles ont basculé progressivement de l'achat utile et durable réfléchi à long terme, vers l'achat à tempérament,

habilement conditionné, qui peut coûter au final bien cher, à cause des petits prix cumulés sur une durée d'usage équivalente. L'indicateur démontrant cette posture du consommateur qui cherche systématiquement le plus petit prix, est la question qu'il pose au vendeur : « Combien ça va me coûter ? » sans évaluer « s'il en a pour son argent ». Dans la posture inverse en tant que client réfléchi, il étudierait tous les paramètres de l'offre, en se posant la question : « Quel est le meilleur rapport qualité/prix/service, valable pour moi, en fonction de mes besoins et de mon budget ? ». Aussi, les efforts des collectivités locales pour mettre en place des services de proximité (épicerie, point service carburant...) ne sont pas toujours suivis d'effets positifs immédiats pour l'économie locale. Ces initiatives doivent cependant être valorisées et servir de levier pour une prise de conscience de l'importance d'être « consom'acteur » de proximité.

Les touristes sont une autre des catégories de consommateurs qui tend à se développer. La valorisation des richesses architecturales, historiques et culturelles des territoires séduit un public de plus en plus nombreux. Ces personnes en villégiature sont plutôt à la recherche de produits authentiques, de qualité et porteurs d'image du terroir. Il arrive même que par la suite en recherche d'une meilleure qualité de vie, certains visiteurs occasionnels tombés sous le charme du territoire, choisissent d'élire domicile dans notre région. Investir pour maintenir et restaurer les patrimoines naturels, immobiliers, mobiliers et vivants est un bon choix à faire par les collectivités et les habitants. Ce type d'investissement permet de maintenir la qualité des sites naturels et des ouvrages qui augmentent le charme de nos territoires. D'autre part, plusieurs chantiers emblématiques seraient propices à la dynamique du tissu économique de proximité et au maintien des savoir-faire.

1.3.2 Les acteurs publics

1.3.2.1 La sphère présentielle, tirée par les fonctions administration publique, santé-social et services de proximité³⁵

Entre 1982 et 2011, le nombre d'emplois dans l'économie présentielle a crû plus rapidement que la population : + 42 % pour l'emploi présentiel contre + 16 % pour la population. En 2011, au niveau national, on compte 27 emplois présentsiels pour 100 habitants contre 22 en 1982. Cette augmentation concerne toutes les zones d'emploi. Certaines activités présentesielles étant tournées principalement vers les touristes, les zones à forte orientation touristique sont surdotées en fonctions présentesielles par rapport à leur population permanente. Les effectifs d'emplois présentsiels ont augmenté dans toutes les zones sans exception, mais de façon beaucoup moins rapide dans celles qui ont perdu des habitants que dans celles qui sont en forte croissance démographique. Par exemple, dans les zones d'emploi de Montpellier ou du Genevois français, où la population a augmenté de près de 70 % en trente ans, le nombre d'emplois présentsiels a été multiplié par deux. Au plan national, les effectifs augmentent dans toutes les fonctions de la sphère présentielle, à l'exception notable du bâtiment. Cependant, la forte progression des effectifs de la sphère présentielle s'explique principalement par la croissance de l'emploi dans trois fonctions : l'administration publique, la santé et l'action sociale et les services de proximité. Ces fonctions présentesielles, qui sont très liées à l'emploi public, ont notamment joué un rôle d'amortisseur dans les zones où l'emploi total diminuait (dans ces zones, ces trois fonctions contribuent pour plus de 80 % à la croissance de l'emploi présentiel).

³⁵http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1538#inter2

1.3.2.2 Les services publics

Les services publics, au cœur de l'action publique, sont un élément essentiel de cohésion sociale. Vecteurs d'égalité et de solidarité, ils permettent de répondre aux besoins fondamentaux des usagers et de corriger les inégalités territoriales. Le développement des services publics, nécessaires dans de nombreux et nouveaux domaines (petite enfance, dépendance, recherche, logement, environnement...) doit être rendu possible.

C'est un mouvement inverse que l'on constate puisque globalement, les services publics d'Etat dans les territoires et en particulier en milieu rural, se sont retirés ou du moins ont diminué en raison de choix de réductions budgétaires entraînant des restructurations de services et des baisses d'effectifs.

L'évolution technologique a aussi conduit des entreprises publiques à rendre leurs services « à distance », comme par exemple la CAF, la CPAM, le Pôle Emploi, le Trésor Public, ERDF et GRDF, les Services des eaux, etc., ou encore l'éducation nationale qui a également fermé des sites d'enseignement en raison de regroupements.

Un phénomène plus récent vise à regrouper dans un même lieu appelé en 2015 « Maisons de Services au Public » (MSAP) à la fois des services publics et des services marchands. Il s'agit d'offrir en zone rurale des services délivrés par des personnels en effectif réduit et avec la recherche d'une certaine polyvalence dans des domaines très disparates.

Ce mouvement centralisateur et de mise à distance des usagers constitue une perte de revenus locaux en raison de la diminution des effectifs des fonctionnaires et des agents publics en milieu rural.

1.3.2.3 Les collectivités territoriales

Les compétences des collectivités territoriales ne définissent pas particulièrement leurs axes d'intervention selon les types d'économie. Si la région Midi-Pyrénées a un panel large d'interventions économiques reconnu par sa diversité et sa complémentarité sur le parcours de vie d'une entreprise, la lisibilité et les politiques en faveur de l'économie présente ne sont pas identifiables notamment dans le SRDEII (Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Industrialisation) contrairement à d'autres Région qui ont décidé d'en faire un axe majeur (Rhône-Alpes³⁶ ou Languedoc-Roussillon³⁷). Le changement de périmètre de la nouvelle Région LRMP devra certainement considérer cette approche du soutien à l'économie.

Plus proche des bassins de vie, les communes et leurs intercommunalités ou leurs projets de territoires (GAL³⁸) sont apparemment plus sensibles à l'appui et au développement de l'économie de proximité sans toutefois qu'il soit possible de conclure qu'il y ait une réelle prise en considération de ses leviers avec des politiques de développement stratégique dédiés.

³⁶le Conseil Régional a fait de l'économie de proximité un des axes majeurs de son Schéma Régional de Développement Economique 2011-2015 (SRDE) (délibération n° 11.04.101 des 24 et 25 février 2011) à travers le levier « impulser une démarche nouvelle en direction de l'économie de proximité »

³⁷<http://www.laregion.fr/127-schema-regional-developpement-economique-languedoc-roussillon-srde.htm>

³⁸ex « Pays », un Groupe d'Action Locale ou GAL est un ensemble de partenaires socio-économiques privés et publics installés dans des territoires ruraux et chargés de la mise en place d'une stratégie de développement organisée en accord avec le programme européen Leader. Les fonds Leader sont distribués au niveau du GAL. Un GAL gère les fonds européens LEADER. Le programme LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale) est une déclinaison d'une aide financière européenne à l'agriculture, le FEADER, lui-même défini en quatre axes. Le programme LEADER appartient à l'axe 4 du FEADER et soutient plus précisément le développement rural local

I.3.3 L'artisanat

I.3.3.1 Qui sont les artisans ?

Il y a une grande diversité d'entreprises dans l'artisanat que ce soit en termes de métiers, de formes juridiques, de structures, de volumes, de technologies, de productions, de choix de marchés... Constitué de petites et moyennes entreprises à « tailles humaines », l'artisanat est un pivot au cœur des mécanismes de l'économie de proximité.

Le point de départ d'une entreprise artisanale est une démarche individuelle réfléchie qui est initiée et construite par une femme ou un homme de l'art avec une volonté de pratiquer son métier. Le but du chef d'entreprise artisanale est de créer sa propre affaire dans un bassin de vie où il habite et où des parts de marchés existent, ce qui lui permettra, en partageant progressivement la charge de travail, de structurer son entreprise. Ainsi le projet d'entreprise d'envergure artisanale, ancré dans son territoire se développera petit à petit grâce à une clientèle fidélisée grandissante. Cet artisan passionné par son métier est naturellement très attaché à la transmission des savoir-faire notamment par l'apprentissage. Se pose néanmoins la problématique du renouvellement du tissu artisanal, au regard du vieillissement de cette population, qui suppose de poursuivre, voire d'amplifier, l'action engagée en matière de Transmission/Reprise d'Entreprises Artisanales en particulier.

Quotidiennement, leurs apprentis, leurs compagnons de travail et les artisans, répondent aux différents besoins des populations et des entreprises présentes sur leur territoire d'implantation, que ce soit en zones urbaines ou en zones rurales, pour satisfaire :

- les besoins en alimentation,
- les besoins d'habitats et d'équipements,
- les besoins en services,

- les besoins en fabrications intermédiaires, pour les industries.

La valeur ajoutée créée par la pratique du métier est la plus grande force de l'artisanat

1.3.3.2 Chiffres clés :

L'Artisanat, 250 métiers répartis en 3 branches, les métiers de bouche, les métiers du bâtiment et les métiers de service ou l'apprentissage, est un enjeu majeur.

En 2014, la région LRMP compte 136 705³⁹ **établissements artisanaux** avec une augmentation de 12 % depuis 2011. Le bâtiment représente 43 % des établissements, suivi des services (30 %), de l'alimentation (13 %) et de la production (14 %).

Près de la moitié des établissements se situe en milieu rural. 55 % des établissements sont sous la forme d'entreprises individuelles (avec une très forte augmentation de la part des auto-entrepreneurs qui est passée de 25 % à 30 % en un an en 2014, cette progression se poursuivant).

³⁹source CRMA Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées

Tableau : Nombre d'établissements de l'artisanat en LRMP

	LANGUEDOC ROUSSILLON		MIDI-PYRENEES		Total LRMP		
	2011	2014	2011	2014	2011	2014	%
Alimentation	7 763	9 357	7 697	8 441	15 460	17 798	13%
Production	7 571	8 919	9 446	9 064	17 017	17 983	13%
Bâtiment	26 641	31 761	27 462	28 694	54 103	60 455	44%
Services	16 020	20 331	17 492	20 138	33 512	40 469	30%
TOTAUX	57 995	70 368	62 097	66 337	120 092	136 705	100%

Source CRMA Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées

1.3.3.3 Les productions locales de qualité

L'artisan traditionnel est créateur d'une chaîne de valeur de qualité. C'est par sa capacité créative pour faire une offre particulière et en tant que force de conseils au service de son client, que l'artisan amorce différentes chaînes de valeur « produits finis », depuis les besoins du marché jusqu'à la mobilisation des ressources et des services nécessaires. C'est à partir du juste prix d'achat investi par le client final, qui reconnaît la qualité du service et la durabilité d'un produit à bonne ou forte valeur ajoutée, que se décline la répartition de cette valeur. La valeur monétaire, engagée par le client final qui choisit cette offre particulière différenciée, se répartit directement ou indirectement dans toutes les entreprises et les emplois que l'on retrouve, en remontant la chaîne de service ou de production considérée (ex : Porte d'entrée de caractère > essence de bois locale > forêt régionale). L'artisanat répond ainsi aux valeurs historiques constantes et montantes de qualité, d'authenticité et de relations humaines, que les clients avertis recherchent, en acceptant de payer à son juste prix le fruit du savoir-faire artisanal. Mais son modèle économique n'est pas en adéquation avec une majorité

des clients actuels qui prennent leurs décisions d'achat au dernier moment et souhaitent des produits facilement et rapidement accessibles, attentes auxquelles les artisans ont du mal à répondre.

Impacté par le consumérisme, l'écosystème général conserve encore des valeurs. Les artisans comme les autres entreprises de proximité, dont les PME et les PMI régionales qui souvent sont leurs fournisseurs, s'inscrivent pour une bonne part dans le « made in France ». Ces entreprises et leurs économies entremêlées de proximité sont confrontées à la forte concurrence des nombreuses offres de produits et services importés. Que ce soit sur les marchés de ventes au client final, mais également sur les marchés très importants des ventes entre professionnels. L'artisan, et les autres entreprises situées dans les différents maillons des chaînes de productions, impactent également par leurs choix d'achats la continuité d'une chaîne de valeur locale ou bien son interruption au profit des flux d'intrants. Malgré la pression exercée par les offres très concurrentielles, les entreprises de l'économie de proximité dont l'artisanat, achètent des grandes quantités de matières premières, de matériaux et d'accessoires, puis de services professionnels. Ces petites et moyennes entreprises artisanales sont également des investisseurs importants qui contribuent avec leurs besoins annuels de base, d'équipements et de consommables au maintien des industries locales qui les approvisionnent.

La notion de métier est par ailleurs mise en cause par l'apparition de « simples poseurs » (secteur du bâtiment) ou « réchauffeurs » (secteur de la boulangerie, restauration...) où le geste, la connaissance et la capacité de transmission se perdent. Les métiers de l'artisanat ont été segmentés par l'industrialisation qui s'est accaparée la valeur ajoutée sur les produits finis. L'industrie a dénaturé l'artisanat mais ceux qui ont gardé les fondamentaux et la technologie conservent leur place. On est passé d'artisans couvrant des spectres larges d'activités à des spécialistes qui

peuvent également travailler sur des modèles standardisés à personnaliser.

Les sauts technologiques, dont le numérique, sont-ils des « dangers ou opportunités ? ». L'artisanat a su au fil des époques intégrer les évolutions technologiques. Le passage des outils manuels aux outils mécaniques puis électromécaniques, s'est fait naturellement car les artisans en sont à l'origine et par nature créatifs et innovants. L'ère du consumérisme a cependant érodé au cours des dernières décennies la dimension créative dans l'artisanat. Au niveau de l'appropriation des nouvelles technologies de communications et du numérique, il existe différents profils de petites et moyennes entreprises de l'économie de proximité. Il y a les adopteurs précoces, les suiveurs et les résistants. Au-delà des moyens de communication majoritairement adoptés parce que leur utilité est matériellement compréhensible et incontournable (Fax, téléphones portables, smartphones,...) les petites entreprises ont majoritairement mal perçu le potentiel de l'informatique avec des solutions logicielles et numériques au service d'applications métiers. Le manque d'exemples matériels sur les logiques de production a fait que l'artisanat a majoritairement interprété le numérique et ses solutions, comme un simple outil de gestion comptable ou commerciale. De même Internet est uniquement perçu par le plus grand nombre, comme un vecteur simple de recherches d'informations, de présence commerciale via son site vitrine, ou d'échanges via les réseaux sociaux... C'est ainsi que l'existence du « cloud », des outils collaboratifs et de vidéo conférences, et la possibilité de mutualiser des applications dans des plateformes de travail à distance, ne sont pas encore intégrés, alors qu'ils offrent un potentiel important pour la survie et le développement de l'économie de proximité.

Bien que les appels d'offres publics pourraient être un moteur de développement local, ils sont trop complexes et souvent inadaptés pour les artisans. Pour répondre à des marchés publics

il faut maîtriser des procédures, avoir des labels et les dimensions d'entreprises qui peuvent répondre en temps et en heure. L'allotissement doit être la 1^{ère} règle à mettre en place par les donneurs d'ordres publics, pour que les marchés soient accessibles aux plus petites entreprises. Il est également important que les artisans puissent se regrouper pour répondre ensemble quand c'est opportun. Mais, par définition très individualiste, ils ne savent pas se structurer et mutualiser leurs activités.

Cruciales pour l'avenir des territoires, les transmissions des métiers, puis des entreprises, doivent être anticipées afin d'être progressives et viables à long terme. Ces dernières décennies, c'était plus la transmission d'un outil économique « l'entreprise » qui était réalisée, alors que c'est principalement un outil de production avec un cœur de métier et des savoir-faire qu'il faut valoriser et maintenir sur le territoire. En abordant ce défi sous l'angle de la fonction de l'entreprise et de son métier, en priorité pour conserver les capacités de productions en son sein et sur le territoire, les dimensions économiques et sociales ont de plus grandes chances d'être préservées. Sans maîtriser les cœurs de métiers l'entreprise n'est pas viable. Un métier développe une entreprise, une entreprise ne développe pas forcément un métier. Le salariat qualifié et l'apprentissage sont à développer pour assurer la pérennité des structures, car un salarié de l'artisanat bien formé est un chef d'entreprise potentiel qui pourra reprendre ou créer une nouvelle entreprise artisanale. Il est nécessaire de réfléchir à des dispositifs adaptés et les mettre en place pour accompagner des transmissions reprises d'entreprises sereines et efficaces. L'exemple dans le Lot du dispositif LIA (Lot Initiative Artisanat), montre la direction avec des résultats probants, il a valeur d'inspirations.

Soulignons que le régime d'auto-entreprise, repositionné dans le terme existant antérieurement, « de la micro entreprise » est également le support pour entreprendre, choisi par de nombreux acteurs de l'économie de proximité. Ce régime a interrogé

plusieurs fois et continue d'interroger plusieurs acteurs sociaux professionnels du régime de droit commun, qui régulièrement demandent un alignement loyal « mêmes droits, mêmes devoirs » entre toutes les formes d'entreprises. A l'origine, ce modèle a été mis en place pour créer « un régime passerelle » qui facilite la création d'entreprises en limitant les facteurs de blocages ou les freins qui décourageaient les candidats n'ayant pas, soit un projet d'entreprise solide, ou ceux qui avec un vrai projet bien construit manquaient de capitaux, par exemple. Comparativement aux inscriptions de droit commun, la croissance du nombre de micro entrepreneurs inscrits dans les registres consulaires est importante. Cependant, ce modèle génère très peu de développements remarquables qui aboutissent à de l'entreprise classique qui se structure et crée de l'emploi. Le modèle de « l'auto entreprise » est principalement choisi pour obtenir une indépendance qui reste relative, sans chercher obligatoirement à avoir un projet de développement vers l'entreprise classique qui investit et qui recrute.

1.3.4 Le commerce

1.3.4.1 Que recouvrent les commerces ?

L'INSEE classe les activités commerciales selon qu'elles soient de détail, de gros ou de commerce automobile :

- **le commerce de détail** consiste à vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures) généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues. Outre la vente, cette activité de commerce de détail peut aussi recouvrir la livraison et l'installation chez le client (de meubles ou d'électroménager, par exemple),
- **le commerce de gros** consiste à acheter, entreposer et vendre des marchandises généralement à des détaillants, des utilisateurs professionnels (industriels ou commerciaux)

ou des collectivités, voire à d'autres grossistes ou intermédiaires, et ce quelles que soient les quantités vendues,

- **les intermédiaires du commerce de gros** mettent, quant à eux, en rapport les acheteurs et les vendeurs (ou bien exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers), sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises (il s'agit des commissionnaires, courtiers, agents commerciaux, représentants non salariés, etc.). Les centrales d'achats, autres intermédiaires du commerce, peuvent, quant à elles, être propriétaires des marchandises qu'elles cèdent alors à leurs adhérents et à leurs affiliés pour une marge de commerce très faible,
- **le commerce et la réparation automobiles** comprennent le commerce de gros et le commerce de détail, sous toutes leurs formes, en neuf comme en occasion, de véhicules automobiles, y compris véhicules utilitaires et motos, de leurs pièces, ainsi que les services de réparation et de maintenance de ces véhicules.

1.3.4.2 Chiffres clés⁴⁰ :

Fin 2009⁴¹, en Languedoc-Roussillon 45 000 établissements commerciaux emploient 117 700 salariés. La répartition des salariés est de 60 % dans le commerce de détail (70 % si on ajoute le secteur relatif à l'automobile) et 30 % pour les activités du commerce de gros. Le commerce de gros représente un peu plus de 9 600 établissements. La bonne représentativité de l'industrie agroalimentaire en Languedoc-Roussillon se traduit par une proportion élevée d'établissements pratiquant le commerce de gros de produits alimentaires, boissons et tabacs sur le territoire national (7,5 %).

⁴⁰INSEE - décembre 2013 - <http://www.insee.fr/fr/regions/midi-pyrenees/reg-dep.asp?theme=12&suite=1>

⁴¹<http://www.insee.fr/fr/regions/languedoc-reg-dep.asp?theme=12&suite=1>

Tableau : Salariés des établissements commerciaux selon l'activité au 31 décembre 2012

en effectifs au 31/12

NAF rév.2 – niveau 3	Languedoc-Roussillon	Midi-Pyrénées	Total
Commerce de véhicules automobiles	6 553	8 151	14 704
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5 262	5 243	10 505
Commerce d'équipements automobiles	2 474	3 073	5 547
Commerce et réparation de motocycles	521	457	978
Sous total commerce véhicules	14 810	16 924	31 734
Intermédiaires du commerce de gros	2 256	1 853	4 109
Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 072	3 865	4 937
Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac	8 806	6 975	15 781
Commerce de gros de biens domestiques	4 122	4 961	9 083
Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication	1 822	1 729	3 551
Commerce de gros d'autres équipements industriels	5 198	8 308	13 506
Autres commerces de gros spécialisés	8 678	10 428	19 106
Commerce de gros non spécialisé	705	981	1 686
Sous total commerce de gros	32 659	39 100	71 759
Commerce de détail en magasin non spécialisé	27 493	28 527	56 020
Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé	4 547	4 264	8 811
Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	865	810	1 675
Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	1 554	1 652	3 206
Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé	8 764	9 544	18 308
Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	3 527	3 837	7 364
Autres commerces de détail en magasin spécialisé	21 609	20 458	42 067
Commerce de détail sur éventaies et marchés	433	496	929
Commerce de détail hors magasin, éventaies ou marchés	1 645	3 177	4 822
Sous total commerce de détail	70 437	72 765	143 202
Total	117 906	128 789	246 695

Champ : établissements actifs au 31 décembre 2012.

Source : Insee, Clap. - Traitement CESER Midi-Pyrénées

Au 31 décembre 2011, en Midi-Pyrénées quelques 45 300 établissements commerciaux emploient 128 800 salariés. Le commerce représente ainsi 12,4 % de l'emploi salarié (hors secteur défense), à peine moins qu'au niveau national.

Les établissements du commerce de détail représentent les deux tiers des établissements du secteur. Ils concentrent 57 % des salariés. Le commerce de gros regroupe 21 % de l'équipement commercial et emploie 30 % des salariés. Néanmoins, ce

commerce de gros n'est pas considéré comme étant de l'économie de proximité. Enfin, le commerce et la réparation automobile rassemblent 13 % des établissements commerciaux et des salariés du commerce.

1.3.4.3 Le commerce doit d'abord être vu comme un enjeu politique pour la proximité

Les enjeux du commerce favorisent la création du lien social et la vitalité des territoires et particulièrement des bourgs qui se dévitalisent. (Ex. une librairie combine nécessairement une importance culturelle à une ambition économique). Pour qu'un cœur de territoire soit attractif il a besoin d'écoles, d'associations sportives, etc... et de commerces, même si le commerce n'est qu'une partie d'un ensemble, c'est ce tout qui structure un territoire vivant. Le cœur de ville est le lieu où l'on se retrouve.

En Midi-Pyrénées, la CCI régionale a développé, en lien avec les CCI départementales, une réflexion sur l'avenir commercial des territoires hors grandes villes, nous révélant les grands axes suivants :

Lien social : la fermeture des commerces contribue à la perte du lien social. Les habitants eux-mêmes sont pour partie responsables en préférant consommer dans les grands centres commerciaux ou via les sites internet.

Pédagogie : les commerçants doivent expliquer collectivement à la population et aux élus locaux le rôle qu'ils jouent dans l'offre commerciale locale (présence, service, etc...). Cette pédagogie pourrait réduire l'importance accordée par les consommateurs à la seule variable prix dans l'acte d'achat.

Internet : le net est la plus grande artère commerciale de n'importe quel territoire. Il convient pour les commerçants d'être présents collectivement sur Internet, en jouant la complémentarité « offre internet » et « présence physique ».

Manager centre-ville ou centre-bourg : le management commercial d'un centre-ville ou centre-bourg doit être repensé au cœur de chaque territoire, en prenant en compte les services existants, les associations structurées et la typologie des habitants. Certaines expériences ont conduit à la création d'une fonction nouvelle, le « manager de centre-ville » ou centre-bourg. Ces recrutements peuvent être effectués par des collectivités territoriales ou des CCI. L'objectif du manager de centre-ville ou centre-bourg est de dynamiser et pérenniser l'activité commerciale. Mais son rôle est vaste pouvant aller de la simple animation d'une association de commerçants à la conduite d'une réflexion globale et transverse, croisant ainsi toutes les initiatives et compétences du territoire. (voir éléments complémentaires IV.2.4 - Recruter un Manager centre-ville pour mettre en œuvre les actions d'animation, d'aménagement et d'accompagnement nécessaires - p104). Différents exemples montrent une dynamisation du territoire notamment à Tarbes ou à Rodez.

Considérations générales :

- le commerce répond simplement à la demande économique résidentielle, il est lié au pouvoir d'achat. Quand les grandes surfaces s'agrandissent en périphérie, elles déplacent les emplois. Aujourd'hui, le discours dominant est celui de la grande distribution. La baisse de fréquentation des zones commerciales va créer des friches qu'il faudra gérer,
- Internet est devenu le média presque principal de la VAD (Vente À Distance) détruisant presque tous les anciens modèles de commercialisation en VAD, mais il n'a que peu d'impact sur les autres ventes,
- si les créations de Drive ont fortement augmenté au démarrage, elles diminuent étant maintenant soumises à autorisation d'ouverture,
- les actions réalisées par les CCI envers les commerçants sont toujours collectives puis orientées individuellement

vers des formations (exemple d'actions collectives : carte de fidélité mutualisée entre commerçants, charte qualité, soutien des présidents d'association de commerçants (relations avec pairs, valorisations des métiers...)).

Les CCI soulignent leur regret de ne plus siéger aux CDEC (Commission Départementale d'Équipement Commercial), instance décisionnaire sur la création, l'extension ou le transfert d'activités commerciales, enjeu majeur du développement commercial des territoires.

I.3.5 L'Économie Sociale et Solidaire

I.3.5.1 Que recouvre l'Économie Sociale et Solidaire ?

L'ESS est une économie qui consiste en la production, la distribution, l'échange et la consommation de biens et de services. Elle opère dans le champ économique privé avec pour mission l'intérêt général. Ce sont des groupements de personnes et non pas de capitaux, porteuses d'un projet à la fois économique (activités, emplois) et d'intérêt collectif.

L'ESS se différencie du secteur économique traditionnel par ses principes et ses valeurs :

- la dimension collective et partenariale,
- la gouvernance participative, les ressources hybrides, le partage équitable des richesses, l'égalité des chances, la qualité de l'emploi, l'ancrage territorial, l'innovation sociale,
- la dynamique économique solidaire, l'utilité sociale ou sociétale, le développement durable et le respect de l'environnement.

Si pour l'ESS, le gain financier est nécessaire, il n'est qu'un moyen mais pas une finalité :

- la finalité des activités répond à une utilité sociale, un intérêt collectif voire général,
- une structure se doit d'être économiquement viable, d'où un modèle économique permettant de faire des bénéfices ou des excédents,
- la différence consiste à utiliser les excédents (réinvestis, répartition entre salariés plutôt qu'entre actionnaires) pour assurer la pérennité de la structure.

Ce qui réunit les entreprises d'ESS, tant en activités qu'en moyens, c'est une conception de la relation humaine et du lien social. Elle est composée d'acteurs statutaires historiques : associations, coopératives, mutuelles, fondations, ainsi que depuis 2014 les sociétés commerciales. La nouvelle loi⁴² du 31 juillet 2014 et son décret du 23 juin 2015 permettent d'étendre le périmètre des ESS aux sociétés commerciales dont les statuts respectent ceux de l'ESS.

L'ESS peut être sur le même marché concurrentiel comme toute entreprise. L'ESS ne doit pas être opposée à l'économie marchande/traditionnelle, elle constitue une seule dynamique économique aux activités non cloisonnées. Historiquement, l'ESS et les associations, pour pouvoir financer ses actions non rentables, sont allées sur les marchés solvables (ex : petite enfance). Si l'ESS répond à des marchés publics qui peuvent intégrer des clauses d'insertion ou de circuits courts, selon les objectifs définis par les élus, ils ne sont pas excluants pour les entreprises traditionnelles. L'ESS n'a pas de traitement privilégié tant financièrement que socialement. Les financements complémentaires qu'elle pourrait recevoir correspondent à des

⁴²loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire

prestations ou des services d'intérêt général financés (ESAT⁴³, insertion professionnelle, intervention sur domaines non solvables...).

Innovante, l'ESS a défriché des domaines d'intervention dont les marchés sont maintenant convoités par les entreprises traditionnelles (ex : insertion par l'activité économique).

1.3.5.2 Chiffres clés

En Midi-Pyrénées⁴⁴, l'ESS représente 112 200 emplois (11,6 % et 15,9 % de l'emploi privé. Le nombre d'emplois dans l'ESS augmente trois fois plus que dans le reste du secteur privé (+3,3 % contre + 1,1 % en moyenne par an entre 2007 et 2011). Ce sont plus de 57 000 associations qui contribuent à fournir des services à la population et plus d'un million d'adhérents dans les associations.

En Midi-Pyrénées, l'ESS crée moins d'établissements et plus d'emplois que l'économie classique. (ESS⁴⁵ : + 6,6 % d'établissements et + 16,6 % d'emplois - Privé hors ESS : + 8,9 % d'établissements et + 11,2 % d'emplois).

L'ESS est présente dans tous les secteurs d'activités et propose 381 métiers en Midi-Pyrénées : action sociale 45,3 %, enseignement 11,4 %, activités financières et assurances 11,4 %, non-classés 8,5 %, santé humaine 6,8 %, soutien aux entreprises 5 %, autres secteurs 3,9 %, sports et loisirs 2,9 %, commerce 2,9 %, industrie et construction 2,9 %. Le social et la santé concentrent 52 % des salariés.

⁴³ Etablissement et Service d'Aide par le Travail

⁴⁴ source : Observatoire régional de l'ESS – CRESS Midi-Pyrénées, d'après Insee, Clap et DADS 2007 à 2011

⁴⁵ source : Acoff / Urssaf, 2003-2013

La proportion d'emplois de l'ESS est quasiment équivalente en Languedoc-Roussillon et en Midi-Pyrénées.

1.3.5.3 L'ESS et sa contribution au développement des territoires

L'ESS est fortement liée à son territoire et les actions sont transversales aux territoires. Régionalement, les activités de l'ESS sont moins polarisées sur Toulouse et la Haute-Garonne, en particulier pour les domaines du service à la personne et de la santé, qui apportent des solutions alternatives notamment sur d'anciens territoires industriels. L'ESS s'implante et se développe sur les territoires où il y a peu de services publics et où les autres entreprises marchandes ne souhaitent pas s'implanter, rencontrant finalement peu de concurrence. 2/3 de l'emploi ESS régional se concentrent sur 3 départements : Tarn, Haute-Garonne et Aveyron.

Tableau : Evolution de l'ESS en Languedoc Roussillon et Midi-Pyrénées 2011/2013

	LANGUEDOC ROUSSILLON			MIDI-PYRENEES		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
L'ESS en Région (par rapport à l'emploi en région) (en %)	11,80%	11,70%	11,90%	11,00%	10,90%	11,10%
Etablissements employeurs en région (en nombre)	10 883	10 686	10 788	12 665	12 033	12 060
Salariés de l'ESS (Equivalents temps pleins) (en nombre)	85 528	82 141	84 179	94 874	95 354	97 841

Source INSEE

L'ESS développe une dynamique de mutualisation dans un processus de coopération, en s'appuyant sur les circuits courts, la mobilisation des acteurs locaux autour de projets de développement. Elle est à l'origine du développement durable et de l'économie circulaire.

Les organisations de l'ESS sont toujours en lien avec les citoyens puisqu'ils en sont toujours à leurs initiatives ou à la base du besoin (innovation sociale). Ils peuvent être représentés dans les SCIC en tant qu'usagers. Ils sont également destinataires des activités (Fablab, imprimante 3D pour les habitants), champs de rencontre (culture scientifique et technique), initiative de débats (cercles Condorcet⁴⁶).

Le monde associatif regroupe une multitude d'activités, de loisirs, sportives ou sociales. Les associations employeurs sont au nombre de 9 800 en Midi-Pyrénées et 9 000 en Languedoc-Roussillon. Le monde associatif est aussi source de consommation (soirées repas, matériel...) et contribue au maintien de l'activité marchande au cœur du territoire. La vie associative est aussi indispensable à la réalisation de grandes manifestations culturelles en région : « Jazz in Marciac » ainsi que bien d'autres festivals ne pourrait exister sans la contribution de ces structures associatives. Les associations sont des lieux de vie, de partage, de cohésion sociale, et contribuent à l'attractivité des territoires.

1.3.5.4 Les Pôles Territoriaux de Coopération Économique

Les Pôles Territoriaux de Coopération Économique (PTCE), institués par la récente loi relative à l'ESS de juillet 2014, sont des sortes de Pôles de compétitivité. Il n'y a pas de modèle organisationnel type. L'objectif est de mettre en œuvre des projets économiques innovants, socialement ou technologiquement, porteurs d'un développement durable. Les PTCE organisent donc les initiatives entrepreneuriales sous forme de coopérations créant des richesses, et donc des emplois, sur le territoire.

1.3.6 L'agriculture familiale, diversifiée

La diversification des exploitations agricoles, c'est-à-dire le développement de plusieurs activités agricoles à l'intérieur d'une

⁴⁶<http://ligue31.net/cerclecondorcetmp/>

même exploitation est en régression. Nationalement, cette agriculture de moins de 50 hectares a perdu en 10 ans plus de 50% des exploitations au bénéfice d'unités plus importantes.

Tableau : Evolution du nombre d'exploitations par superficie entre 2000 et 2010

	2000	2010	Evolution en %
moins de 20 Ha :	23 340	18 251	- 22%
de 20 a 50 Ha :	18 132	12 459	- 31%
de 50 a 100 Ha	11 912	10 663	- 10%
de 100 a 200 Ha	4 138	5 181	+ 25%
+ de 200 Ha	722	1 065	+ 47%

Source AGRESTE

Dans le cas de certaines exploitations agricoles, la diversification constitue un mécanisme de survie contribuant ainsi à stabiliser la population dans le milieu rural et à maintenir l'impact positif de l'activité agricole sur l'environnement. La diversification maintient ainsi l'emploi familial agricole. En plus de l'agriculteur/agricultrice et de son conjoint, il y a aussi d'autres membres de la famille qui y travaillent. Cette petite agriculture crée un lien entre l'activité économique, la structure familiale et le terroir. Les décisions portant sur le choix des activités agricoles, l'organisation du travail et la gestion du patrimoine sont prises dans le cadre familial avec une logique de création et de transmission des savoirs, liées au territoire, structurant un lien fort entre la famille et la production, ainsi qu'entre le capital productif et le patrimoine familial. Elle se distingue clairement de l'agriculture industrielle par sa logique générationnelle. L'exploitation, le plus souvent de petite taille, associe élevage et cultures durables. La petite agriculture présente de nombreux atouts pour relever les défis alimentaires, sociaux et environnementaux en France et dans le monde.

La revitalisation de l'économie de proximité en milieu rural passera fatalement par le développement du tissu agricole. Alors qu'elle était dominante, nous constatons aujourd'hui un délitement de la petite agriculture. La redistribution du foncier

conduit automatiquement à l'agrandissement des structures existantes et ne laisse que très peu de place au maintien et au développement de cette agriculture, elle interdit presque systématiquement de nouvelles installations.

1.3.7 Les PME/PMI et TPE structurantes du territoire

Les PME/PMI et TPE exercent une activité de production de biens industriels, de services aux entreprises, de grossistes, etc., et sont très disséminées dans le paysage régional. Elles peuvent valoriser un savoir-faire local ou historique, dans des domaines aussi variés que l'agroalimentaire, la métallerie, la ferronnerie, la coutellerie, le BTP, le textile... Ces entreprises créent ou maintiennent des emplois directs et indirects et contribuent à la redistribution de richesses. Bien que par définition ces entreprises PME/PMI ne soient pas classées dans l'économie de proximité, elles y jouent un rôle économique déterminant et structurent le développement territorial. La pérennité de ces PME/PMI est cependant en danger pour des raisons de difficultés de reprise d'activité. Le peu de candidats repreneurs locaux favorise la disparition des ces entreprises du territoire.

Nous rappellerons également la définition du CESER Midi-Pyrénées⁴⁷ d'« entreprises structurantes », définition qui permet une identification des entreprises qui devraient être à l'attention de toutes les politiques d'appui aux entreprises :

Les entreprises structurantes sont les entreprises dont le poids économique est fort ou dont la présence est essentielle à l'activité et à la vie d'un territoire. Ces entreprises comprennent celles (parfois de petite taille) dont l'importance est déterminante pour un développement économique équilibré du territoire ou en terme de positionnement dans la chaîne de valeur (entreprises détenant des savoir-faire spécifiques, ou nécessaires à la continuité de l'activité d'un secteur), et les entreprises dont le comportement

⁴⁷Avis : « Pour une Stratégie Industrielle de Midi-Pyrénées au travers des PME-PMI » - Février 2011

d'innovation est emblématique. Les entreprises structurantes sont essentielles pour l'ancrage industriel des activités. Dans ce cadre, des entreprises de services aux entreprises industrielles peuvent être considérées comme structurantes.

II Enjeux et limites de l'économie de proximité⁴⁸

Présente sur les terrains économiques, politiques et sociaux, l'économie de proximité est sensible aux préoccupations de la société comme la résistance aux effets pervers de la mondialisation, la lutte contre le chômage, le délitement du lien social, les préoccupations environnementales. Les enjeux que recouvre l'économie de proximité allient les préoccupations majeures de notre société qui n'ont pas été prises en compte à leur juste valeur par les politiques. Les aménagements de territoires des dernières décennies ne répondent plus aux attentes des populations qui demandent aujourd'hui de réinventer les villes comme les espaces ruraux. Ces réponses doivent être apportées non seulement par les acteurs publics mais également en partenariat avec la société civile organisée et les habitants.

II.1 La proximité et ses enjeux sociaux, économiques et environnementaux

II.1.1 Retisser le lien social en animant les territoires dans une relation de confiance

L'économie de proximité peut retisser le lien social qui s'est délité sous les injonctions ultra consuméristes et parfois communautaires qui permet difficilement de « faire société ». Alors que le modèle mutualiste, par exemple, était considéré vieillot, il incarne aujourd'hui une valeur montante (Gérard MERMET⁴⁹). Les valeurs de solidarité et de transparence semblent pouvoir se retrouver dans la proximité avec des TPE plus proches de soi par rapport aux grandes entreprises multinationales et également la conciliation entre l'économie et le social, le profit et le partage, le profit et la vertu, entre le local et le global. L'enjeu est de donner un autre

⁴⁸Les enjeux développés dans cette partie sont un résumé d'enjeux principalement inspirés des travaux réalisés par le CESE dans son Avis « L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française » de 2010

⁴⁹Gérard MERMET, né le 27 juin 1947, est un sociologue français, spécialiste de l'analyse des modes de vie, du changement social, de la consommation

contenu et un autre sens à l'économie de marché pour reconnecter l'humain au cœur du nouveau projet de société. C'est la confiance entre les acteurs qui permettra de reconstruire du lien social au travers des normes connues qui existent entre eux et leurs cultures territoriales, la circulation de l'information et surtout la diffusion des innovations.

L'économie présentielle anime les territoires, même si peu de chiffres permettent de connaître l'impact d'animation de l'agriculture et des activités libérales, le seul aspect visuel des vitrines baissées ou en activité, d'un centre-bourg ou d'un village, sont un signe de la vie locale (« L'enchantement de la vitrine » CREDOC). Néanmoins, l'INSEE confirme que les pôles de vie se structurent autour de « locomotives » telles les boulangeries-pâtisseries, boucheries-charcuteries, commerces alimentaires et alimentations générales qui draineront d'autres activités.

Les « activités d'attention » (Chantal DELSOL⁵⁰) sont revalorisées face aux seules références économiques qu'étaient les entreprises productives qui échangeaient des biens et des services contre de l'argent. Les activités d'attention sont accomplies pour l'autre à titre d'aide ou de soutien et bouleversent l'ordre des priorités économiques dans notre société en mutation (notamment en raison de la féminisation de la société, vieillissement de la population, accès des femmes au travail, relativisation de la sphère professionnelle par rapport à la sphère personnelle, etc.). Ces activités d'attention donnent maintenant lieu à de vrais métiers rémunérés qui se développeront au-delà du seul domaine non marchand ou de l'assistance aux personnes âgées et au traitement de la dépendance.

⁵⁰Chantal DELSOL ou Chantal MILLON-DELSOL, née le 16 avril 1947 à Paris, est une philosophe, historienne des idées politiques, et romancière française

II.1.2 Inventer un nouveau modèle de développement

« **Nous vivons la fin d'une foi dans le productivisme**, et l'opinion exprime le souhait d'un développement plus raisonné et respectueux des ressources de la planète ». Le mode de développement actuel repose sur l'accroissement du bien-être par l'augmentation des quantités de produits, l'élargissement des marchés solvables et l'accroissement des échanges et des transports entre ces marchés. Tout cela augmentant la consommation de biens non durables dont un tiers du volume (Yves-Marie LAULAN⁵¹) des échanges sont des « échanges croisés intrabranches » entre pays, c'est-à-dire des produits similaires ou substituables.

Les « circuits courts » interrogent l'organisation de l'économie actuelle avec ses nombreux échanges par transports pour défendre une économie de proximité proche du lieu de consommation. La contribution aux émissions de CO₂ (Jean GADREY⁵²) est de 24 % pour les transports routiers, 21 % pour l'industrie manufacturière, 17 % pour les déplacements résidentiels. Le développement de la proximité ne pourra qu'entraîner la baisse des émissions de CO₂ et apporter des réponses à l'enjeu écologique.

Une des réponses de la proximité à la délocalisation est la relocalisation. Cette question concerne tous les secteurs économiques comme l'explique Jean GADREY « Il faut privilégier autant que possible des activités économiques de proximité, économes en transports, plus riches en liens sociaux, rapprochant non seulement physiquement la production de la consommation, mais aussi les réseaux de producteurs, de distributeurs et de consommateurs, en y faisant fonctionner de la coopération territorialisée. C'est ce que certains appellent « relocalisation », et

⁵¹Yves-Marie LAULAN, né en 1934, est un essayiste français docteur en science économique

⁵²Jean GADREY, né en 1943, est un économiste français spécialiste des services et des indicateurs de richesse

elle concerne aussi bien l'agriculture que l'industrie, le bâtiment, l'énergie, et la plupart des services». Outre l'aspect géographique « son efficacité repose sur sa capacité à organiser de la proximité organisée, voire institutionnelle, en pratiquant des protocoles de coopération parmi les acteurs et faire émerger une « esprit commun ». Il faut ainsi valoriser les avantages des territoires qui apportent un équilibre entre gains de productivité, gains de durabilité et gains de coordination.

II.1.3 Répondre aux défis de l'éducation et de l'insertion professionnelle, de l'emploi et de la lutte contre le chômage

La formation des jeunes constitue pour l'économie de proximité un enjeu capital. Pour favoriser l'insertion professionnelle, il est nécessaire de promouvoir un large socle de connaissances, de défendre l'abstraction ou la liberté de penser et de favoriser l'alternance professionnelle autour des métiers de proximité. Cela doit passer par une sensibilisation des structures d'orientation mais aussi des familles.

Les métiers de la proximité sont les premiers créateurs d'emploi en France. Généralement durables, la plupart des métiers ne sont pas délocalisables étant créés dans un contexte économique plus stable notamment dans l'artisanat, le commerce indépendant, les professions libérales, l'agriculture et les TPE. Ces petites structures sont ancrées dans le territoire et creusent des relations avec les populations locales qui peuvent permettre de déclencher des mécanismes d'entraide en cas de rupture.

De plus, l'appartenance de cette économie aux secteurs de faible technologie lui donne une grande capacité de réinsertion. L'artisanat contribue à faire fonctionner « l'ascenseur social » de par sa capacité à faire passer des jeunes du statut d'apprentis à celui de patron. Il est aussi vecteur de transmission des savoir-faire par le biais de l'apprentissage qui est l'une des missions des artisans. La vitalité de l'économie de proximité en termes de

création d'emplois devrait aller en s'amplifiant face aux nouveaux défis environnementaux (voir 1.2.3.4 - Les emplois écologiques de demain seront de proximité - p38).

Réaménager l'espace territorial en territoires multifonctionnels pour faire société.

La désagrégation du lien social est à chercher dans l'urbanisme ultra-sectoriel issu du contexte d'après-guerre. L'organisation de la société en zones étanches a contribué à produire l'insécurité à tous les niveaux par le manque de coprésence en un même lieu avec des gens différents, ce qui produit une méconnaissance des autres engendrant la défiance. Il faudrait installer davantage de mixité entre habitant, production, consommation, services, artisanat et les autres populations. Il faudrait également freiner l'étalement urbain qui brouille les territoires ne sachant plus ce qui relève de l'urbain, du périurbain et du rural. Ce phénomène est important, car il engendre le mal-être de l'individu qui se manifeste par la revendication d'identité, parfois sur un mode violent.

Reconnaître la participation des agriculteurs à la proximité.

Le monde agricole en valorisant les ressources naturelles répond aux questions de l'économie de proximité. Les agriculteurs doivent évoluer en raison de : la réorientation de la politique agricole confrontée à la surproduction, la volatilité des prix, les crises sanitaires et l'impact environnemental ; la diversification des démarches commerciales avec le retour de la vente directe ; et la diversification des métiers et l'élargissement des compétences du paysan qui doit devenir vendeur, restaurateur, cuisinier, hôtelier. Néanmoins, la diversité des territoires ruraux recouvre des écarts considérables de production et de développement agricoles. Les agriculteurs nécessitent tous d'être mieux accompagnés et mieux reconnus dans leur participation à la vie et à l'entretien des campagnes. Les tensions parfois vécues sur les territoires ruraux engendrées par l'étalement urbain et aux attentes différentes des nouveaux habitants pourront trouver des réponses d'apaisement dans la relation de proximité.

Encourager dans les campagnes les PME et TPE aux traits spécifiques, comme l'agroalimentaire, la production des biens intermédiaires et la construction, qui ont des normes de durabilité plus poussées qu'en zone urbaine. « Les campagnes sont des lieux privilégiés où il est possible de développer des technologies de pointe dans le domaine des énergies vertes (biomasse, géothermie, énergie solaire, recyclage des déchets). Les pistes de développement sont nombreuses et laissent à penser que de nombreuses petites entreprises innovantes pourraient y faire vivre la part productive de l'économie de proximité».

Accompagner le vieillissement des populations. L'allongement de l'espérance de vie et les personnes à mobilité réduite influent sur les déplacements et l'aménagement des espaces publics. Aujourd'hui, l'accompagnement du « bien vieillir » passe plus par l'entretien d'une vie sociale active avec des interactions avec les autres que par des soins médicaux. Ces attentes demandent de réinventer la centralité territoriale avec l'accès à tous les services du quotidien, du bien être jusqu'aux soins. C'est un enjeu social, humain et d'aménagement du territoire.

La proximité en appui à l'innovation des PME productives. Les entreprises qui innovent le plus sont de petites tailles au regard du nombre de brevets déposés. Ceux-ci progressent très fortement dans les petites structures (+25 % moins de 10 salariés, + 18 % de 10 à 50 salariés) alors qu'ils baissent dans les entreprises entre 50 et 250 salariés (-21 %) entre 1999 et 2007. Le processus d'innovation est favorisé par la relation de confiance induite par la relation de face à face de la proximité. Même si elle n'est nécessaire qu'à certaines phases de son développement, la proximité est un élément du processus de l'innovation.

Les activités des entreprises de proximité rayonnent souvent à l'international. Les activités de la restauration et du luxe, métiers des artisans locaux aux savoir-faire ancestraux qu'ils ont su adapter, apportent l'image de la France à l'international et drainent

des chiffres d'affaires très importants. Ce rayonnement doit pouvoir être exploité à l'export pour d'autres acteurs locaux. Mais la connaissance, la disponibilité et la prise de risque sont des freins majeurs qu'il faudrait pouvoir limiter par des accompagnements pour drainer de nouveaux revenus sur les territoires.

II.2 Les limites de l'économie de proximité

Si l'économie de proximité peut apporter des réponses aux principales préoccupations de la société française, il ne faut pas en occulter certaines difficultés.

La proximité est une valeur qu'il faut relativiser, pour le moins géographiquement. Si un service, par exemple de soin, paraît de meilleure qualité dans la métropole que localement, les malades feront le choix de la qualité plus que de la grande proximité. La qualité doit nécessairement être une des valeurs de la proximité pour assurer sa pérennité. La birésidentialité, engendrée par les déplacements domicile/travail quotidiens et les déplacements de fin de semaine, brouillent la rationalisation de la consommation sur les bassins de vie, d'autant plus avec l'augmentation de l'utilisation d'internet.

La multiplication des conflits n'est pas non plus à négliger. Le lieu d'habitation, s'il est choisi pour les uns, peut être subi par d'autres et peut amener des tensions et des conflits d'usage entre les acteurs (rareté des ressources à partager, complexification des prises de décisions...) et de voisinage entre les acteurs et leur environnement spatial (nuisances, infrastructures nécessaires...) engendrant plus de difficultés à mettre en œuvre des projets d'infrastructure. Cela démontre la nécessité d'avoir une proximité organisée pour gérer les conflits en se rappelant leurs histoires, leurs expériences du lieu, leurs valeurs communes. « Si les conflits sont souvent l'expression des différences, la proximité organisée facilite l'expression des convergences ».

La proximité peut être un instrument de démagogie. Depuis quelques années, tout le monde se veut proche des citoyens et l'attention donnée à ceux-ci pourrait laisser croire aux acteurs de la proximité qu'ils ont en partie gagné. Les dernières années ont créé un fantasme typique d'une société qui a peur en se rassurant par le concept de proximité. Les consommateurs redécouvrent l'agroécologie et les pratiques culturelles anciennes. Ils sont alors tentés d'opposer le paysan à l'agriculteur, le commerçant au distributeur. La proximité répond donc à une angoisse qui pose deux difficultés : le risque de retour à des organisations repliées sur elles-mêmes et surtout la possibilité d'un retournement permanent des tendances. Paradoxalement, la périurbanisation va continuer à développer l'appareil commercial dans des zones détachées des populations, et les habitants, qui ont leurs habitudes de consommation qui évoluent notamment en raison d'internet, attendront des acteurs de l'économie de proximité qu'ils inscrivent leurs activités dans le numérique.

Ne pas cloisonner les activités économiques. Il est primordial d'avoir un équilibre sur les territoires entre les activités productives et résidentielles qui se complètent et s'enrichissent. L'une sans l'autre peuvent engendrer des déséquilibres risqués. Alors que les entreprises avaient tendance à s'installer à côté des autres firmes, on constate l'inversion de la tendance. Les entreprises s'implantent dans les bassins de vie où sont les populations. On peut ainsi penser que les territoires résidentiels sont les régions productives de demain.

II.3 L'économie de proximité et la mondialisation

Alors que les citoyens voient dans la mondialisation une menace, l'enjeu majeur est d'en faire une chance.

L'opposition entre économie de proximité et mondialisation est stérile, la mondialisation nécessitant un ancrage géographique sur

les compétences territoriales⁵³ sans enfermer le territoire. Les artisans de TPE ou petites PME peuvent participer de leurs approvisionnements et compétences du territoire tout en exportant leurs produits (ex. les produits de luxe). De plus des îlots de compétences peuvent amener des PME à se regrouper dans une proximité de coordination, sans forcément une proximité géographique, créant une « économie de petits mondes ». Cette économie du « glocal » marie les effets des deux échelles globales et locales. L'économie de proximité doit plutôt incarner dans les territoires un potentiel de développement et de gouvernance qui entre en interaction avec la globalisation.

L'un des grands enjeux est d'imaginer de nouvelles interrelations entre économie de proximité et globalisation. L'activité économique de la France est fortement intégrée dans les flux mondiaux et si cela peut entraîner une certaine vulnérabilité, elle offre également de nouvelles perspectives de développement des territoires notamment par les PME innovantes. Ce développement passera par une meilleure et plus importante communication à l'international sur le cadre de vie offert par la plupart des territoires français, et pour la part productive de l'économie de proximité, mettre en place davantage d'interterritorialité.

L'interterritorialité valorise les spécificités territoriales. Contrairement à l'imaginaire, la globalisation n'entraîne qu'une uniformisation très relative où les perceptions des mondes, des goûts et des couleurs se recomposent sans cesse (Marc ABELES)⁵⁴ avec une assimilation, petit à petit, des habitudes et des représentations d'autres cultures. Cela engendre des « non-lieux » qui sont les mêmes partout constituant un monde commun où chacun peut retrouver ses repères. Ce processus d'uniformisation général ne produit pas l'appauvrissement ou une perte d'identité culturelle mais de constantes recompositions influencées

⁵³ Audition Olivier BOUBA OLGA – CESE -10/02/2010

⁵⁴ anthropologue

territorialement par des ancrages forts portés par l'identité culturelle de l'économie de proximité.

Les normes mondiales pour protéger les productions territoriales. Alors que la mondialisation a généré des normes (qualité, ISO...) qui permettent de produire de manière constante aux exigences de fabrication et de qualité, ce sont également **la création de normes patrimoniales qui protégeront l'unicité d'une production et défendront sa spécificité autant de production que géographique.** **L'interterritorialité permet ainsi aux entreprises de s'inscrire dans la mondialisation sans souffrir des effets pervers de la globalisation en défendant l'ancrage territorial** (ex. le Champagne). Il est ainsi nécessaire d'observer son territoire pour élaborer un diagnostic qui permettra la géographie des activités, de repérer les secteurs clés, leur histoire, le pourquoi de leur présence pour dégager le « génie du lieu », signe de sa qualité. Les territoires de projets (pays, EPCI) semblent apporter une réponse adéquate pour ces développements.

La proximité organisationnelle, sous la forme coopérative, est plus importante que la proximité spatiale surtout dans une économie mondialisée. La mutualisation, par coopération de PME, de la gestion, du stockage, de l'assurance, de la fabrication augmente d'une façon ou d'une autre la qualité des produits et permet à des petites structures de pouvoir exister et progresser sur les marchés mondialisés (ex. Les Champagnes millésimés de petits producteurs qui ont gagné une part importante des marchés en s'adjoignant les services d'un vinificateur de renom).

Néanmoins, **la coopération requiert un niveau élevé de compétences en ingénierie et en accompagnement** qu'il faut soutenir. Selon les domaines d'activité les capacités de coopération varient de 34 %⁵⁵ des entreprises de haute technologie à 12 % pour les autres entreprises. Le besoin principal est

⁵⁵étude SESSI (Service des Etudes et des Statistiques industrielles), « collaborer pour innover : un partenariat privé-public souvent de proximité », n°212, 2005

l'identification des partenaires des futures relations de proximité qui ne soient pas que géographiques, mais sur les différents niveaux qui œuvrent à la dynamique des territoires : entrepreneurial, associatif et politique, afin d'être connus et d'être impliqués dans les projets à moyen terme.

III Synthèse des opportunités et des menaces

ATOUS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- Lien social : vie et attractivité des territoires- Acteurs économiques présents : agriculteurs de proximité, artisans, commerçants, associations de loisirs et de services, PME/PMI, Services Publics- Développement constant du tourisme en région- Balance positive de la démographie dans les départements ruraux- Essor de l'ESS- Attractivité liée aux richesses architecturales, patrimoniales et naturelles de la région, ayant fait l'objet de réhabilitations et de mise en valeur- Présence de matières premières naturelles : eau, bois, soleil	<ul style="list-style-type: none">- 75 % des achats utilitaires (alimentation et ménages) en grande surface- Faible sensibilisation des populations aux enjeux de l'économie de proximité- Appropriation floue de l'économie de proximité par les structures territoriales politiques- Certains territoires ruraux très enclavés et en phase de désertification démographique entraînant la non viabilité de l'offre commerciale en place- Faible qualification des emplois- Dépendance d'une partie des activités avec des ressources financières publiques

OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">- Tendance montante du nouveau comportement conso – acteur- Aspiration d'une partie de la population à vivre hors des métropoles- Souhait des citoyens résidents de participer aux décisions de leurs territoires- Croissance des ventes en circuits courts- Nouvelles technologies du numérique (fablab, télétravail...)- Mise en œuvre de la politique pour la transition énergétique notamment pour limiter les transports de marchandises et recycler les produits (économie circulaire)- Potentiel pour l'emploi des jeunes- Potentiel en matière de bâtis pouvant favoriser l'installation d'activités et de personnes- Participe à la valorisation des espaces et au maintien du patrimoine naturel- Mise en œuvre de la transition écologique et du SRCE (Schéma Régional de Cohérence Ecologique - Trame Verte Bleue)	<ul style="list-style-type: none">- Poids des centrales d'achat interdisant aux gérants de supermarchés de commercialiser des produits locaux- Concurrence croissante des ventes Internet hors alimentation- Le prix reste une variable importante dans la décision d'achat- Tension sur le prix du foncier dans les territoires ruraux- Disparition ou recentrage des Services Publics- Attractivité des métropoles pour les jeunes- Règlementations administratives imposant un investissement financier difficilement amortissable

IV Les leviers de l'économie de proximité

IV.1 Appréhender l'activité et les revenus globalement pour gérer les territoires

L'économie de proximité est au cœur de la vie quotidienne. Chacun d'entre nous est en contact avec elle chaque jour : les commerces, les artisans, les associations, etc. En revanche, le rôle de la circulation des revenus de l'économie de proximité est encore peu perçu, compris et appréhendé dans les politiques publiques. Il ne suffit pas de créer de la richesse. Encore faut-il que celle-ci circule localement.

IV.1.1 Créer une gouvernance stratégique des territoires et orienter les soutiens publics

Développer des stratégies politiques publiques⁵⁶ de connexion, de captation et de redistribution.

Il a été identifié deux chemins principaux qui conduisent à actionner les leviers de l'économie de proximité :

- les stratégies de connexion à toutes les échelles (connectique territoriale),
- les stratégies de captation, de distribution et de transformation.

Les stratégies de connexion dépendent désormais des efforts liés à une mise en synergie (connexion) des ressources dédiées au développement des territoires impulsée par des politiques publiques transversales et des pratiques de coopération active. La conception et le déploiement des projets à vocation économique

⁵⁶la Région Rhône-Alpes a inscrit cet enjeu dans son Schéma Régional de Développement Economique 2011-2015 (SRDE) et a voté une délibération concernant l'économie de proximité en assemblée Plénière du 13 décembre 2012

s'effectuent dans des systèmes plus ouverts et plus complexes. Les modèles économiques doivent évoluer et s'affranchir des risques énergétiques, climatiques, écologiques, sociaux.

Il faut donc imaginer des modèles plus coopératifs pour échanger, capter, répartir et transformer les ressources en valeur ajoutée pour les territoires. Comme le rappelle Martin VANIER⁵⁷, l'avenir des territoires (urbain, périurbain, rural) est de plus en plus lié à leur capacité à fabriquer de l'interterritorialité.

Pour autant ces stratégies de connexion sont encore floues et elles doivent faire face à de puissants freins (jeux d'acteurs, modèle d'organisation territoriale, logique d'attribution des ressources fiscales...). Confrontés désormais à l'urgence économique et à la raréfaction de l'argent public, ces points de blocage deviennent moins résistants.

Une des conditions essentielles pour coopérer réside dans la capacité des acteurs locaux à s'accorder autour de réelles orientations stratégiques partagées pour mettre en cohérence leur stratégie et tisser des liens entre des champs d'actions traités jusqu'à présent séparément. Et c'est tout l'intérêt de l'économie de proximité dont l'objectif premier est de rapprocher les différentes ressources d'un territoire : celles qui sont physiquement sur le territoire et celles qui sont à l'extérieur du territoire en tenant compte des enjeux liés à la transition énergétique et écologique. Mais ce rapprochement doit nécessairement avoir un effet positif sur la captation, la distribution des richesses et la création de valeur ajoutée.

Les stratégies de captation, de distribution et de transformation. Rappelons que les revenus captés sur les zones d'emplois varient du simple au double (potentiel de captation). Il en est de même pour la capacité supposée de redistribution des territoires (effet

⁵⁷ géographe français, professeur à l'Institut de Géographie Alpine de l'université Joseph FOURIER Grenoble-I et ancien directeur du laboratoire PACTE, et auteur de plusieurs ouvrages sur les territoires

multiplicateur), et en ce qui concerne la capacité de transformation (taux de couverture emplois de proximité), elle peut varier du simple au triple.

Cependant, l'articulation de ces stratégies avec les territoires est complexe, l'histoire, la géographie, la culture, les hommes et une multitude d'autres facteurs qui ont leur raison d'être, doivent être considérés dans des stratégies territoriales globales, selon les échelons territoriaux.

IV.1.1.1 Sensibiliser les élus

Les élus, à chaque échelon ont peu la culture de l'économie de proximité en raison des politiques nationales et régionales orientées majoritairement depuis des décennies sur l'économie productive. Ils doivent être sensibilisés à cette nouvelle vision du territoire bien plus globale qu'une simple vision des problématiques liées aux acteurs industriels.

IV.1.2 Sensibiliser les entreprises à leurs capacités d'achats de proximité

Les entreprises doivent elles aussi s'impliquer dans l'achat qualitatif local. Les entreprises n'ont pas forcément conscience de leur impact local à l'exemple d'un supermarché du Tarn qui, quand il étudie ses achats, évalue que 12 % des produits qu'il vend proviennent d'un périmètre de 50 km et que 23 % proviennent d'un périmètre régional. Si l'on compte tous les achats dont le magasin a besoin pour son fonctionnement (fournitures de bureau, entretien espaces verts, nettoyage...) les dépenses régionales s'élèvent finalement à 40 %, montant non négligeable. Surtout quand on sait qu'en moyenne 80 % des produits à la vente dans les supermarchés proviennent de l'extérieur du territoire, en raison de l'organisation de l'approvisionnement par centrale d'achat (voir I.2.4.6 - Les centrales d'achat des grandes et moyennes surfaces et le développement local - p49)

Cependant, les commerçants, artisans et associations ont besoin de supra structures organisées et efficaces pour les fédérer et réfléchir collectivement à des actions à mener, tant sur leurs activités privées que structurellement, avec les acteurs publics et financiers.

IV.1.3 Favoriser l'animation des acteurs locaux

Face aux centres-villes qui se sont vidés, seule une démarche politique qui s'appuie sur la transversalité avec des partenariats peut tenter d'inverser la tendance. C'est une problématique qui commence à être prise en considération par les élus qui en ont fait un des sujets des dernières campagnes municipales. Les centres-villes/bourgs doivent être accueillants autant pour les touristes que les clients hors centre-ville par des aménagements de fleurissement, de piétonisation ou aussi la création/mise à niveau de parkings. Il est nécessaire d'y implanter des locomotives commerciales et de leur donner une identité en valorisant les caractéristiques de chaque ville (ex. en Ariège : Foix ville de congrès et Pamiers ville de festivités).

La perte d'activité en centre ville peut également provenir de difficultés d'installation, par exemple pour les maisons médicales qui s'implantent en périphérie de villes car il est plus facile de créer un bâtiment aux nouvelles normes, plutôt que d'en envisager la restauration, avec de plus la possibilité de mutualiser ces locaux avec d'autres professionnels de santé. Ces implantations ne se font pas sans poser des problèmes d'externalisation de services de proximité et d'accès au Centre médical pour les personnes sans véhicules et notamment les personnes âgées.

Le problème d'entretien et de rénovation des logements engendre la sédentarisation des populations les plus pauvres dans les centres-villes et, alors que les commerces sont devenus vétustes, les pas de portes restent chers, ou le manque de demande n'incite plus les propriétaires à chercher preneurs.

Ces politiques doivent être menées en coordination des Politiques de la ville en s'appuyant sur la technicité des CCI. Les Offices du

commerce dans lesquels siègent Conseil Régional, Etat, DIRRECCTE, banquiers, commerçants, etc... sont de bons outils.

IV.1.4 Rendre les marchés publics accessibles aux artisans

Un des leviers pour développer les retombées économiques territoriales des investissements de l'argent public, serait qu'il y ait plus de marchés publics attribués à des entreprises locales et notamment aux artisans. Pour ce faire, il est nécessaire que les acheteurs publics tiennent compte des contraintes des petites structures, en scindant les marchés en différents lots adaptés aux métiers et capacités des artisans et en leur donnant les moyens d'y répondre par une sensibilisation et un accompagnement. Les freins les plus fréquents étant généralement le manque de temps et aussi la peur administrative qu'il faut dédramatiser. Il est également nécessaire d'engager les structures à se regrouper pour mieux répondre aux marchés (ex. les marchés en appels d'offres pour les cantines scolaires de Pamiers sont divisés en lots de produits et l'information est faite par le quotidien grand public (la Dépêche) une fois par an). De plus, les critères de sélection doivent considérer la qualité de la prestation et des services, en valorisant le service après-vente local.

Une réforme de la commande publique est engagée⁵⁸ avec un code unique pour les marchés publics, les délégations de service public, les concessions, les partenariats public-privé qui devrait voir le jour en 2016. Sur le constat partagé que la commande publique profite peu aujourd'hui aux petites entreprises, parmi les mesures en leur faveur, figurent notamment :

- la règle de l'allotissement, c'est-à-dire le découpage des marchés en lots accessibles aux PME,
- une part réservée aux PME dans les contrats de partenariat (partenariat public-privé).

⁵⁸<http://www.economie.gouv.fr/reforme-de-la-commande-publique>

Gageons qu'à ce titre, les mesures annoncées profiteront également aux TPE et artisans.

IV.1.5 Aménagements, accompagnements, financement des entreprises

De nombreuses actions peuvent être mises en œuvre pour accueillir les entreprises, les accompagner dans leurs installations et leurs développements, et les soutenir financièrement :

- construire ou restaurer des bâtiments communaux, afin d'impliquer les élus et d'en garder la maîtrise, pour des logements et des structures de services (santé, pharmacie, maison de retraite) ou de commerce (prévoir des réserves foncières). (Lagrange – 30 logements et 12 commerces : optimisation des services administratifs et techniques),
- développer les réseaux fibre optique pour encourager le télétravail, le commerce en ligne ou la télémedecine même si en attendant les utilisateurs passent par les circuits de communication satellite,
- maîtriser son foncier pour bien accueillir populations et activités économiques (ex. Seronais un accueil demandeurs d'emplois et porteurs de projets). L'EPFL⁵⁹ (Etablissement Public Foncier Local) donne la possibilité d'intervenir localement quand des opportunités d'achat s'offrent à une commune qui n'en a pas les moyens,
- acheter des bâtiments par la commune qui sont rétrocédés par crédit bail indexés (loyer légèrement supérieur payé à la commune, mais dont le locataire devient propriétaire à terme), pour aider à la pérennisation des activités (ex. camping, boulangerie, restaurant gastronomique – Pays Ruthénois),
- louer des bâtiments par la commune et gestion sous forme associative pour communiquer sur le territoire et vendre des produits locaux (Pays Ruthénois à la sortie 2x2 voies),

⁵⁹ « La SAFER du foncier bâti »

- créer des pépinières d'artisans (dispositif national), locaux en location pour 23 mois maximum. (Seronais),
- favoriser les marchés de plein vent locaux qui sont un bon moyen de fixer les populations pour consommer les samedis matin et éviter la fuite des achats,
- accompagner les initiatives des professionnels quand nécessaire,
- utiliser le levier de la commande publique des restaurations collectives (lycées, hôpitaux, maisons de retraite...) pour orienter les achats locaux⁶⁰,
- créer des plateformes de distribution alimentaire pour les restaurants de collectivités à l'exemple de « Terroir Ariège Midi-Pyrénées »⁶¹,
- créer un processus de veille et de concertation (banques, préfet...) pour identifier et palier aux défauts de trésorerie des TPE et associations, principalement employeuses, pour des montants considérés comme minimes pour les banques mais vitaux pour ces structures. Prise en considération au-delà de l'aspect technique des conditions humaines et sociales du demandeur (en cours URQR⁶²)
- utiliser le crédit-bail comme un moyen d'installation ou de reprise d'activités,
- conforter les associations « plateformes d'initiatives locales » qui octroient des prêts à taux zéro pour boucler un projet économique.

⁶⁰voir Avis : « Une dynamique pour l'industrie Agroalimentaire en Midi-Pyrénées » – juin 2012

⁶¹ Idbidem

⁶² Université Rurale Quercy-Rouergue

IV.2 Favoriser la consommation régionale de produits locaux

IV.2.1 Identifier, structurer et valoriser les ressources naturelles locales

La région LRMP a de nombreux atouts naturels de tout premier ordre à l'échelon européen. Ils se caractérisent par une forte diversité des richesses naturelles, de vastes surfaces de zones forestières et de zones protégées (Parcs Nationaux et Naturels Régionaux, réserves naturelles, Natura 2000, etc.). Ces richesses peuvent être valorisées notamment par les produits issus des productions agricoles (voir IV.5.2 - L'Agroalimentaire- p121) ainsi que ceux issus de son environnement naturel comme le bois (voir IV.5.3 - Le Bois - p124) mais aussi de sa faune.

D'un point de vue faunistique, l'espace régional se caractérise par une grande densité de grand gibier, ce qui place cette région parmi les grandes destinations potentielles en matière d'accueil de chasseurs, sur une période de basse saison touristique (printemps et automne), ainsi qu'un réel potentiel de valorisation de venaison en Europe.

Il y a aujourd'hui une demande des chasseurs locaux et européens pour des séjours de chasse durables et authentiques, et de l'accueil sur des territoires de qualité. De même la consommation de viande de gibier limitée aujourd'hui aux festivités de fin d'année pourrait se développer avec de la venaison d'origine locale, s'agissant d'une viande pauvre en calories et produite biologiquement. Il s'agit d'un potentiel inexploité au regard de l'expérience de certains autres pays européens (Suisse, Allemagne, Belgique, pays scandinaves...). Cette demande est souvent comblée par des importations de venaison en provenance de Nouvelle Zélande, d'Argentine, d'Europe de l'Est et autres. Les initiatives sur l'installation de plateforme de développement de tourisme cynégétique durable et de valorisation de la venaison, intégrant le maintien du tissu associatif cynégétique local

garantissant l'existence de cette ressource exploitable, sont à encourager.

A titre informatif, une récente évaluation de l'impact économique social et environnemental de la chasse française (BIPE juillet 2015⁶³), établi que le poids économique de la chasse (valeur ajoutée brute) dans la future Région LRMP est de 188 millions d'euros soit 1,3 % du PIB régional¹⁴.

IV.2.2 Accompagner les expériences de monnaies complémentaires locales ou régionales

IV.2.2.1 Les monnaies locales complémentaires

Les monnaies locales complémentaires⁶⁴ sont créées généralement sur des initiatives citoyennes pour développer l'achat de productions locales ou éthiques répondant à des critères plus ou moins importants en termes économiques, sociaux ou environnementaux. Les MLC (Monnaies Locales Complémentaires) sont un autre moyen de paiement au même titre qu'un ticket restaurant, un chèque vacances ou un chèque de banque et ne demandent pas une double comptabilité. Il existe aujourd'hui nationalement plus de 30 MLC et 20 sont en cours de création. Plusieurs grandes villes sont intéressées par le modèle du SOL Violette de Toulouse (Brest, Lyon...). Les MLC sont en lien avec tous les autres systèmes d'échange (Euros, SEL⁶⁵, accorderies⁶⁶...). Elles ne s'opposent pas aux solidarités et impôts de la nation, elles respectent les mêmes règles économiques.

⁶³http://www.chasseurdefrance.com/wp-content/uploads/2015/07/05_Etude_BIPE_Resultats_globaux_8_Juillet_2015.pdf

⁶⁴exemples : Ariège (09) Le Pyrène - Aude (11) Le CERS Narbonne/Castelnaudary - Haute-Garonne (31) Comminges : la Touselle ; Toulouse : Sol-Violette - Hérault (34) La Graine : Montpellier - Lot (46) Sol lotois - Hautes-Pyrénées (65) la Sonnante - Tarn (81) le Ténord – Tarn-et-Garonne (82) le Sol Olympe

⁶⁵systèmes d'échanges locaux <http://seldefrance.communityforge.net/>

⁶⁶échange de services <http://www.accorderie.fr/lechange-de-service/>

Leurs difficultés à se développer rapidement et leur impact économique faible, dus à leur poids faible par rapport au reste de l'économie, **n'en font à aujourd'hui qu'une expérience intéressante d'orientation des achats vers des produits vertueux pour le territoire et de création de lien social**. Elle est également considérée par ses utilisateurs commerçants comme un moyen de fidélisation. En France, ces monnaies ont du mal à s'imposer contrairement à d'autres exemples⁶⁷ à l'international, aux cultures et environnements économiques différents.

Une monnaie complémentaire locale ou régionale⁶⁸ pourrait être un levier économique public. Si les collectivités ont d'ores et déjà la possibilité d'accepter les MLC pour le paiement en crèche, piscine, etc. ou faire leurs achats, des difficultés d'usage restent à lever auprès du Trésorier Payeur. Les MLC pourraient devenir un outil de politique publique, en veillant à ce que les coûts de fonctionnement de ces MLC soient contenus et faibles, avec lesquelles des subventions pourraient être payées (ex. chèques travaux rénovation énergétique) pour être dépensées dans les réseaux économiques locaux selon certains critères. C'est néanmoins, une utilisation massive d'une monnaie qui pourra avoir une influence conséquente sur l'activité économique.

La monnaie locale complémentaire est aussi un outil « d'éducation populaire » qui permet d'expliquer la circulation de la monnaie. Une MLC est au-delà d'une monnaie, un outil de réappropriation de l'usage économique de l'échange qui remplace l'importance de la valeur des choses. Elle souligne que la monnaie n'est qu'une valeur d'échange et rappelle symboliquement la juste place qu'elle devrait avoir dans le quotidien. C'est également un outil de réappropriation, un moyen de combat contre l'impuissance ressentie vis-à-vis de la mondialisation de

⁶⁷ le WIR en Suisse, le RES en Belgique, le FUREAI KIPPU au Japon

⁶⁸ projet de L'OCCITO par la Région Midi-Pyrénées

l'économie, en donnant la possibilité d'être un acteur économique conscient et agissant.

IV.2.3 Dynamiser la commercialisation locale

IV.2.3.1 De nombreuses actions peuvent être mises en œuvre :

- sensibiliser les commerçants à la diversification de leurs produits et adapter leurs services en les personnalisant pour se démarquer du commerce de masse (ex. petit bazar qui à Noël distribue des catalogues de jouets, prends les commandes et fait les paquets cadeaux avant de les livrer au dernier moment – Pays Ruthénois),
- développer des lieux de vente permanents ou éphémères pour des regroupements d'agriculteurs locaux en maraichage ou viande,
- inciter les grandes enseignes de distribution à vendre des produits locaux (ex. viande). (Pays Ruthénois),
- créer des emplois et des activités en lien avec l'augmentation démographique (école, animation, cantine...) permettant de conserver la valeur ajoutée territoriale et des services de qualité (restauration bio, liens intergénérationnels...),
- fédérer les petits commerces pour communiquer et valoriser la consommation locale (« consommer local, c'est vital » slogan en pays Ruthénois). C'est un travail collectif également à réaliser avec les chambres consulaires et les collectivités,
- faciliter la mise en relation pour que les petites structures puissent acquérir des compétences... (URQR),
- penser l'animation culturelle ou sportive, outre comme un moyen d'animation et de création de lien, mais aussi comme un générateur d'activité économique (emplois, passage commerçant, consommation). (URQR),
- gérer annuellement le calendrier des animations socio-culturelles pour mutualiser les demandes,

- créer des plateformes partagées internet « le net est la plus grande rue commerciale ! » (Rodez),
- soutenir la localisation de la consommation, même si c'est aujourd'hui difficile à l'exemple de la construction de l'écoquartier de Le Séquestre (81) où le périmètre des artisans sollicités a dû être agrandi afin de pouvoir trouver les compétences nécessaires,
- faciliter la production d'énergie locale, comme à Le Séquestre, avec un projet de centrale photovoltaïque au sol et l'objectif d'être un territoire à énergie positive en 2025, quand elles sont projetées sur des friches ou des terres sans valeur productive, environnementale ou paysagère,
- s'appuyer sur une bannière commerciale régionale qui soutiendrait des produits régionaux valorisant une chaîne de production locale assurant un ancrage de la valeur ajouté territorialement.

IV.2.3.2 Développer la commercialisation locale dans l'alimentaire⁶⁹

La distribution par les GMS peut aussi être considérée en circuit court quand le gérant achète directement au producteur comme par exemple pour les fromages de chèvre du GAEC les HOUNTS. Certains producteurs comme « les Paysans des Baronnies⁷⁰ » se sont également regroupés pour se constituer en association et fournir en quantité et en qualité un supermarché sous franchise nationale avec lequel ils ont conclu un contrat d'échange commercial. Lors du Forum Régional de l'Economie Sociale et Solidaire⁷¹, le gérant du supermarché a confié avoir dû augmenter légèrement les prix à la vente, en accord avec les producteurs, afin

⁶⁹ extraits Avis Une dynamique pour l'industrie agroalimentaire en Midi-Pyrénées – juin 2012

⁷⁰ Paysans des Baronnies, en Hautes Pyrénées, <http://paysans-des-baronnies.com/>

⁷¹ 11ème Forum Régional de l'Economie Sociale et Solidaire, Hôtel de Région Midi-Pyrénées à Toulouse, 30 novembre au 1er décembre 2011

de ne pas être aux mêmes prix que les autres produits classiques et mettre en valeur ainsi une qualité supérieure.

D'autres structures, ont pu **créer leurs propres boutiques** comme la coopérative 3A. Cette coopérative, la plus importante coopérative laitière de Midi-Pyrénées⁷², a diversifié sa distribution en créant 3 magasins d'usine afin d'assurer une meilleure rentabilité des produits. Les produits y sont vendus moins chers que dans les GMS et des partenariats sont créés avec d'autres entreprises pour offrir une gamme de produits plus étoffée. La coopérative a également remis au goût du jour, ce mode ancestral de distribution « La Camionnette » qui permet d'aller vers le consommateur. Cette formule a un résultat financier équilibré avec 20 camionnettes et 33 salariés. Il y a également des coopératives aux moyens moins conséquents qui ont développé des magasins de vente directe à l'exemple d'une vingtaine de caveaux de caves coopératives pour Midi-Pyrénées.

D'autres encore ont utilisé **des espaces commerciaux qu'ils ont aménagés**. La coopérative SICASELI faisait le constat en 1998 que les produits de ses adhérents n'étaient pas diffusés dans leurs magasins de jardinage Gamm Vert, et que les boucheries ne fournissaient pas de produits locaux. La coopérative a décidé de développer une gamme de produits pour ses magasins et est en train de créer sa 3^{ème} boucherie. La progression du CA est de l'ordre de 10 à 13 % par an pour 3 Millions d'Euros chez Gamm Vert et 1,1 million d'euros dans les boucheries.

Par le Cluster labellisé « Saveur des Pyrénées⁷³ », des transformateurs ont choisi de **créer leur propre agence de communication**. Ce Cluster est une structure unique qui fédère des producteurs pour des produits gastronomiques de haute qualité. Installées en montagne, des entreprises artisanales ou coopératives

⁷²coopérative 3A – 20 sites industriels, 2450 producteurs, 2105 salariés en moyenne en 2010

⁷³entretien CESER Midi-Pyrénées, <http://www.saveurs-mipy.com/>

de producteurs se sont réunies en 1984 pour, ensemble, mieux faire connaître une gamme de produits fermiers et artisanaux des Pyrénées. Les 21 entreprises bénéficient d'une dynamique collective pour leur diffusion auprès d'épiceries fines, supermarchés en France mais également à 50 % à l'étranger.

Les pouvoirs publics œuvrent également pour la promotion de produits locaux. La Région et l'Etat, notamment dans le cadre de la restauration collective, ont créé un site de mise en relation de producteurs locaux « l'offre alimentaire Midi-Pyrénées⁷⁴».

Ce site est géré par l'IRQUALIM (Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Midi-Pyrénées).

IV.2.4 Recruter un Manager centre-ville pour mettre en œuvre les actions d'animation, d'aménagement et d'accompagnement nécessaires

Le Manager centre-ville élabore des actions de terrain auprès de tous les acteurs publics ou privés, en étant force de proposition et de mise en œuvre tant individuelles que collectives. (ex. faire baisser les loyers, identifier ou proposer des solutions dans l'aménagement de terrasses de café, inciter la création d'un petit train pour touristes, adapter les lots des appels d'offres, contacter et créer des liens avec les élus (surtout avec les services techniques de la ville) et aussi avec les commerçants, associations, comités de quartiers, office de tourisme, Etat...). Les chargés de mission des CCI peuvent apporter leur soutien aux Managers centre-ville par des études ou des informations sur les commerces, comme ceux qui sont en difficulté par exemple. La zone d'intervention du manager est le centre-ville, néanmoins si les centres-bourgs environnants n'ont que peu de commerces permettant des mises en place d'actions d'animation, il semble important d'avoir des liens avec eux.

⁷⁴ site Offre Alimentaire Midi-Pyrénées
<http://www.offrealimentairemidipyrenees.com/>

Les montages financiers de financement de Managers centre-ville peuvent être divers, exclusivement par les CCI, les communes ou les Communautés de communes, ou mutualisés entre tous ces acteurs et les offices de commerces et soutenu par le FISAC⁷⁵. Le financement demande généralement un soutien public car les associations de commerçants qui souhaiteraient avoir des animations n'ont pas forcément les moyens ou le souhait de les financer. Le Retour sur Investissement n'est pas facilement tangible, mais il peut dans un premier temps être évalué par un comptage électronique fixe ou mobile de la fréquentation de certaines rues ou évènements.

Animer les rues pour fidéliser. Généralement les associations de commerçants sont plus dans une optique d'animation selon le calendrier des fêtes, que dans une démarche de fidélisation de la clientèle. L'objectif devrait être, appuyé par le Manager de centre-ville quand il existe, d'animer des événements en recueillant des informations des clients pour construire un listing de clients et l'utiliser à des fins promotionnelles collectives ou individuelles.

Revitaliser des rues et des commerces. Un fond de rénovation des commerces peut être mis en place (ex. au Grand Rodez) qui permet de participer de 10 à 20 % du montant des travaux, sous condition du respect d'un cahier des charges, qui préserve l'identité architecturale du centre-ville. Le Manager centre-ville doit aussi avoir pour mission de prendre contact avec des propriétaires pour élaborer des baux précaires et permettre d'orienter une rue sur un type de commerces/artisanat en relation avec les habitants du quartier. Il engagera les propriétaires à louer les locaux, notamment ceux à l'abandon, à des prix raisonnables au nom d'un projet et d'une dynamique de ville. **Animer les espaces, les lieux de vie en pensant commerces à moyen terme.** Le principe est de créer des « placemaking », des espaces animés sans objectif de rentabilité immédiate mais dans une

⁷⁵Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisans et les Commerces
<http://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/artisanat/le-fisac>

optique de concevoir des espaces où l'on se sent bien. Le commerce de proximité doit rimer avec qualité de vie.

Il est nécessaire de préserver des enseignes indépendantes en centre-ville pour avoir des produits spécifiques qui se démarquent de ceux des grands centres commerciaux. Pour travailler l'attractivité, il faut mettre en avant également les métiers de bouche et non pas seulement les commerces de déballage, et essayer de valoriser le patrimoine architectural des commerces anciens par des brochures, par exemple, à faire connaître aux clients mais aussi aux autres commerçants. La volonté de faire revenir de gros commerces en centre-ville est rendue compliquée par des superficies disponibles de l'ordre de 100 m² seulement. Même si des supérettes de grandes enseignes reviennent en centre-ville, leur offre ne correspond pas à ce qui doit être visé, la qualité autant des produits que des relations. La formule « driving » apparaît intéressante et nécessaire pour certains produits. Néanmoins, s'il doit y avoir un rééquilibrage entre les centres commerciaux périphériques et les activités de centre-ville, les centres commerciaux peuvent également attirer des populations qui sont hors de la zone de chalandise habituelle et si les centres-villes sont attrayants et particuliers, ils inciteront les consommateurs à s'y rendre.

Internet une nouvelle rue commerçante de vente et de fidélisation. A l'exemple du Grand Rodez, avec 50 000 habitants, 37 000 personnes vont sur Internet chaque jour. Internet doit être maintenant considéré comme une rue commerçante quotidienne. Mais 50 % des commerçants ne sont pas équipés d'Internet alors qu'ils ont sur leurs téléphones tous les accès Internet. Comme ils n'utilisaient pas Internet en tant qu'outil de commerce, un site de ventes Internet via un site mutualisé a été créé, permettant la possibilité pour chaque commerçant de vendre des produits qui sont à retirer dans des lieux dédiés (les commerces, bureau de poste...). Pour orienter vers ce site, une page du site de la commune est dédiée aux commerces. Il est également nécessaire

de proposer les services aujourd'hui attendus par les clients comme le Wifi.

Faciliter l'accès aux commerces et services. Il est important d'attirer l'attention des commerçants sur les besoins des clients notamment en termes d'heures et de jours d'ouvertures en les sensibilisant par des actions qui leurs sont dédiées (Festivals, concerts, fête locale...).

Repenser le stationnement et la circulation est important. Le client ne doit pas se poser de question quant à ses possibilités de parking. On peut développer des accès gratuits au ¼ d'heure ou à la ½ heure, pour les parkings qui sont très peu fréquentés. L'information doit être facilitée sur les places libres. Il peut aussi y avoir la gratuité des parkings les samedis après-midi, des chèques gratuité par commerçant et créer des zones bleues pour éviter les voitures ventouses. Il reste important d'avoir une bonne signalétique urbaine.

L'organisation des terrasses peut être nécessaire avec « une charte terrasses » pour faciliter la circulation piétonne ou automobile, et également la livraison du dernier kilomètre avec un magasin relais en centre-ville peut fluidifier la circulation.

Mettre en place des transports en commun entrants, navettes pour l'accès au centre-ville piétonnier, (ex. à Rodez un bus toutes les 10 minutes à des prix très bas (10 à 20 cts).

Implication nécessaire des élus communaux, des CCI. Outre les choix politiques d'accompagnement des commerçants, les élus peuvent également s'impliquer sur les DAC (Document d'Aménagement Commercial) et les PLUI (Plan Local d'Urbanisme Intercommunal), pour limiter les implantations commerciales en dehors des villes. La Politique de la ville doit elle aussi être orientée pour recréer le lien entre emploi et commerce, rompu par l'implantation des centres commerciaux en périphérie. L'une des priorités passe par l'habitat et la réhabilitation des logements comme cela a été prévu à Foix et à Pamiers par exemple. Cela demande des concertations, d'échanger, de

communiquer, avec tous les acteurs privés et publics territoriaux pour faire revivre les quartiers économiquement.

IV.3 Développer la production de biens et de services locaux

IV.3.1 Favoriser l'attractivité des territoires

Il est nécessaire de lier l'économie productive à l'économie résidentielle. Si l'attractivité économique reste importante à assurer, il est aujourd'hui primordial de structurer et d'animer l'ancrage⁷⁶ régional des entreprises au travers des coopérations territoriales, des services associés à l'activité, des réseaux d'échanges, de l'interdisciplinarité et par la vie sociale et associative, ainsi que la présence de services publics.

IV.3.2 Développer l'économie circulaire

L'économie circulaire⁷⁷ désigne un concept économique qui s'inscrit dans le cadre du développement durable et dont l'objectif est de produire des biens et des services tout en limitant la consommation et le gaspillage des matières premières, de l'eau et des sources d'énergie. Il s'agit de déployer une nouvelle économie circulaire, et non plus linéaire, fondée sur le principe de « refermer le cycle de vie » des produits, des services, des déchets, des matériaux, de l'eau et de l'énergie.

L'économie circulaire est à la croisée des enjeux environnementaux et économiques. Elle propose un nouveau modèle de société qui utilise et optimise les stocks et les flux de matières, d'énergie et de déchets, et vise ainsi à l'efficacité de l'utilisation des ressources, porteuse d'emploi, elle contribue à la sécurisation des approvisionnements de la France et à la réindustrialisation du territoire national, dans un contexte de raréfaction et de fluctuation du coût des matières premières.

⁷⁶Avis : « Quel futur industriel pour Midi-Pyrénées ? » - juin 2014

⁷⁷<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Les-enjeux-de-l-economie.html>

L'économie circulaire repose sur plusieurs principes :

- **l'éco-conception** : prendre en compte des impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit et les intégrer dès sa conception,
- **l'écologie industrielle et territoriale** : mettre en place un mode d'organisation industrielle sur un même territoire caractérisé par une gestion optimisée des stocks et des flux de matières, de l'énergie et des services,
- **l'économie de la fonctionnalité** : privilégier l'usage à la possession, vendre un service plutôt qu'un bien,
- **le réemploi** : remettre dans le circuit économique des produits qui ne correspondent plus aux besoins premiers du consommateur,
- **la réutilisation** : réutiliser certains déchets ou certaines parties du déchet encore en état de fonctionnement dans l'élaboration de nouveaux produits,
- **la réparation** : trouver une deuxième vie aux biens en panne,
- **le recyclage** : réutiliser les matières issues des déchets.

*IV.3.2.1 Créer une dynamique territoriale par un développement économe en ressources*⁷⁸

De nombreux territoires développent des actions s'intégrant dans l'économie circulaire. Il s'agit maintenant de donner de l'ampleur à ce mouvement pour asseoir un développement économique territorial et des comportements à la hauteur des enjeux sur les ressources. Les Régions devraient mettre en place des stratégies régionales.

Dans d'autres régions :

- en **Rhône-Alpes** la Région et la Direction Régionale de l'ADEME ont mis en place un dispositif d'expérimentation

⁷⁸ 1ères assises de l'économie circulaire, 17 juin 2014, Paris, atelier 3

de l'écologie industrielle et territoriale, articulé autour d'un accompagnement des territoires en termes de méthodologie et d'animation de long terme, afin de voir déboucher et se pérenniser les initiatives. Certaines Régions considèrent déjà le cadre de l'économie circulaire comme un terrain privilégié d'expérimentation et surtout de développement économique,

- la Région **Bretagne**, dans son Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation, affirme sa volonté d'accompagner les démarches territoriales expérimentales multi-acteurs sur l'économie circulaire, afin d'accroître l'ancrage territorial de l'économie. Dans ce document cadre, l'économie circulaire est considérée comme un nouveau modèle économique porteur d'innovation sociale,
- la Région **Aquitaine**⁷⁹ a lancé un Plan régional d'économie circulaire en s'appuyant sur un partenariat avec la Fondation Ellen Mc ARTHUR⁸⁰.

IV.3.3 Former des apprentis

Dans son Avis "Les jeunes sortant sans diplôme de toutes les filières de l'enseignement supérieur. Analyses et Propositions" du 7/4/15, le CESER constate qu'après une stabilité globale des effectifs ces dernières années, en Midi-Pyrénées, la tendance du nombre d'apprentis est désormais à la baisse, plus ou moins forte selon le département. Cela ne sera pas sans conséquences pour les centres de formation les plus touchés qui seront soumis à de fortes difficultés financières et c'est un véritable cri d'alerte que le CESER relaye aujourd'hui. Au cours des dernières années, on constate une baisse des effectifs dans les niveaux 5 et une hausse dans les

⁷⁹l'économie circulaire en Aquitaine, dossier de presse, 21/09/2013, <http://www.arf.asso.fr/wp-content/uploads/2013/09/DP-Eco-circulaire-Aquitaine-sept-2013-v31.pdf>

⁸⁰https://www.google.fr/?gws_rd=ssl#q=Fondation+Ellen+Macarthur

niveaux supérieurs, en lien avec la réforme du bac pro mais également d'une demande croissante des qualifications de la part des entreprises, notamment des TPE/PME.

Les raisons, expliquant cette baisse des effectifs, sont multiples et diverses mais le CESER tient à en souligner trois :

- **la situation économique difficile des entreprises**, surtout les PME- TPE,
- **la question de l'image des métiers et de la valorisation de la formation professionnelle et donc de l'apprentissage.** Dans le cadre de la mise en place du SPRO⁸¹, et notamment de la réorganisation des missions du Carif-Oref en synergie avec l'ONISEP⁸², le CESER encourage vivement les acteurs à repenser et améliorer les actions d'informations et d'aides à l'orientation, notamment en faveur des voies professionnelles et de l'apprentissage. Le CESER considère que ce sont des voies de formation à part entière, qui ont leur légitimité dans le paysage économique et social français, et que l'orientation des jeunes vers ces filières doit être réfléchi et surtout choisie véritablement par eux-mêmes et leurs familles, et non subie. Il serait aussi intéressant de mettre en place un plan d'orientation et d'accompagnement des jeunes femmes vers l'apprentissage afin d'accroître leur nombre dans cette voie de formation (depuis plus de 15 ans, ce chiffre reste à 30 %),
- **le rôle du maître d'apprentissage qui n'est pas suffisamment valorisé.** Il est très difficile d'en recruter des nouveaux et il y a surtout une démobilité des anciens. Dans ce domaine aussi, le CESER note que comme l'Etat a revu à la baisse le montant de la prime compensée aux maîtres d'apprentissage, cela a engendré des incertitudes

⁸¹Service Public Régional de l'Orientation

⁸²Office National d'Information Sur les Enseignements et les Formations

légitimes concernant le maintien et surtout le montant de cette prime et a participé à la démobilitation des maîtres d'apprentissage. Le CESER note, cependant, l'effort de la Région Midi-Pyrénées en matière d'accompagnement des entreprises formatrices et notamment de soutien à la formation pour les maîtres d'apprentissage. En effet, ces actions participent à la valorisation de la fonction mais aussi une reconnaissance de leurs expériences professionnelles.

Enfin, le CESER se félicite également des mesures mises en place en faveur des apprentis, notamment ceux les plus en difficulté sociale et financière, en matière de mobilité, d'hébergement et de restauration. Ce sont des éléments auxquels le CESER restera particulièrement attentif, dans le contexte de réforme territoriale et de réorganisation des collectivités et de leurs missions car il s'agit là de facteurs déterminants pour nombre de jeunes et de leurs familles lorsqu'ils doivent faire des choix en terme de poursuite d'études.

IV.3.4 Créer les conditions de la production territoriale de demain

Nous l'avons vu plus haut (I.1.5 Vers l'industrie de proximité ? p24) les territoires bougent sous l'impulsion des nouvelles technologies et des besoins des populations. L'artisan de demain et d'après-demain verra son métier encore évoluer pour répondre certainement aux mêmes besoins mais par des techniques et des technologies différentes. L'imprimante 3D et la réparation des machines ou l'adaptation de grandes séries sont des mutations qu'il faut anticiper certainement en donnant une grande part à l'expérimentation et à l'ouverture des territoires. Accompagnés d'une nouvelle appréhension des relations de coopération des territoires, les Pôles Territoriaux de Compétence Économique (PTCE) auront un rôle à jouer.

IV.4 Développer l'Economie Sociale et Solidaire

IV.4.1 Les Pôles Territoriaux de Coopération Economique

L'économie sociale et solidaire est fondamentalement coopérative, valeur de base des relations nécessaires au développement des territoires de proximité. Elle est très présente dans les domaines de la santé et des services et aussi dans les entreprises techniques ou l'industrielles. Outre ses structures existantes qui continuent de croître, son rôle va également pouvoir transformer l'économie de proximité autour des Pôles Territoriaux de Compétence Économique (PTCE) (1.3.5.4 Les Pôles Territoriaux de Coopération Economique- p73). Ces pôles d'activité territoriaux ont pour objet de penser et de s'adapter aux besoins des populations actuelles et futures dans une dynamique d'optimisation des qualités et compétences territoriales. Les Pôles Territoriaux de Coopération Economique sont ouverts à toutes les entreprises, aux associations et aux habitants. C'est un lieu de rencontre et de création de richesse et de valeur locale basé sur la rencontre, l'interaction et création collective.

Certains pôles, ayant répondu favorablement à l'appel à projet de l'Etat, seront soutenus pour développer leurs projets pour 3 ans :

La Serre - Le Multiple

Thématique : entrepreneuriat social, artisanat

Territoire : Communauté urbaine de Toulouse Métropole – Haute-Garonne (31)

Le projet : Le PTCE « Le Multiple » a vocation à répondre :

- aux besoins des entreprises sociales et artisanales, en particulier l'accès à des locaux professionnels de qualité et la collaboration avec d'autres entreprises (mutualisation de compétences, développement de l'innovation, développement...),

- aux besoins de revitalisation des filières artisanales traditionnelles de la région Midi-Pyrénées (céramique, cuir, textile, bois...) en proposant des échanges de pratiques, des démarches d'innovation par le design et une vitrine permettant le développement de nouveaux débouchés commerciaux.

Ce PTCE est un lieu dédié à l'innovation et l'entrepreneuriat social, implanté sur l'aire urbaine toulousaine, à la frontière des quartiers du Mirail et du centre-ville de Toulouse. Il est porté par la Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) la Serre, et compte quatre-vingts membres.

Les Ateliers

Thématique : agriculture, textile, services écologiques, numérique

Territoire : Castres – Tarn (81)

Le projet : Le PTCE, basé physiquement à Castres dans une friche industrielle, va organiser ses actions dans une vocation départementale :

- la rénovation HQE d'un bâtiment hébergeant les membres du PTCE. Le projet de rénovation prévoit quatre espaces différents : un espace bureaux de coworking⁸³ et des postes de travail utilisant les technologies de l'information et de la communication (bureaux, salles de réunion, matériel informatique...) ; un espace ventes pour les productions locales ; un espace évènementiel (restaurant, café, expositions, loisirs, information et formation du grand public et des scolaires) ; un espace atelier de production/stock. La mutualisation d'une salle de sport est également envisagée.

⁸³le coworking est un type d'organisation du travail qui regroupe deux notions : un espace de travail partagé, mais aussi un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture

- l'initiation et l'accompagnement de nouvelles coopérations et de nouveaux projets.

Plusieurs pistes de coopérations sont envisagées dans les filières suivantes : production agricole de qualité et circuits courts alimentaires : mise en place d'un magasin de producteurs au rez-de-chaussée du bâtiment, en synergie avec l'épicerie solidaire locale ; mutualisation des cuisines et du restaurant ; appui à la filière textile : création d'ateliers et postes d'insertion, création d'une boutique textile en vente directe, création d'un site marchand mutualisé et de tournées commerciales mutualisées .

Le PTCE rassemblera une centaine d'emplois et permettra dès l'ouverture, la création de 12 emplois nouveaux. Il consolidera aussi de nombreux emplois industriels et agricoles sur le territoire.

D'autres PTCE sans label de l'Etat existent néanmoins et ont besoin d'être soutenus :

Le Périscope

Le Pôle de Coopération Economie Sociale et Solidaire, sur la Communauté d'agglomération du Sicoval (Haute-Garonne). Le Pôle du Sicoval est en voie de construction, une étude de faisabilité technique et financière étant en cours. Ce projet structurant pour le territoire, inscrit dans l'agenda 21 du Sicoval, intègre notamment la création d'un lieu emblématique de l'économie solidaire, hébergeant des structures de façon permanente ou temporaire, et permettant des mutualisations et collaborations entre têtes de réseaux, organismes d'aide à la création, entreprises solidaires, mutuelles, banques coopératives, organismes de formation et de recherche...

Le Pôle des Acteurs de l'ESS du Gers

Dans le Gers, à l'initiative d'un collectif d'acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (structures de l'IAE, associations, coopératives, mutuelles...), est né le projet de création d'un Pôle de l'ESS départemental. L'enjeu du Pôle est de répondre à un besoin de développement des activités des structures, de leurs emplois et des services qu'elles rendent à l'ensemble de la population. Il s'agit de permettre aux structures de l'ESS de mieux se connaître et de développer en commun des projets économiques, sociaux et environnementaux.

REALIS à Montpellier

Réseau Actif pour l'Innovation Sociale en Languedoc-Roussillon. Plus orienté sur la promotion et le développement de l'ESS, cette structure rassemble un accompagnateur de projets émergents et innovants (Alter'Inclub), des dirigeants d'entreprises de l'ESS (Ecole de l'entrepreneuriat en ESS), Coventis (développement d'affaires), une structure d'ingénierie et de duplication de projets (REPLIC) et, bientôt, des jeunes pousses de l'ESS (La Pépinière ESS).

Il semble ainsi qu'il y ait une disparité régionale de développement des PTCE.

IV.4.2 De nouveaux dispositifs de financement vont être dédiés à l'ESS

Bpifrance⁸⁴ a mis en place de nouveaux dispositifs financiers pour l'ESS dont le Fonds d'Investissement Social (FISO) et les Prêts pour les Entreprises Sociales et Solidaires (PESS). Bpifrance mobilisera, via un fonds, une capacité d'investissement en fonds propres dans les entreprises de l'ESS et les entreprises recherchant un impact social, pour une capacité totale de l'ordre de la centaine de millions d'euros.

⁸⁴<http://www.economie.gouv.fr/trois-nouveaux-financements-en-faveur-des-entreprises-de-l-ess>

IV.4.3 Les financements participatifs pour soutenir les initiatives des populations

Avec l'ESS, les habitants trouvent un moyen accessible de structurer leurs initiatives entre amis, sur le quartier, la ville ou sur des territoires plus grands. Ces initiatives, multiples et de petites tailles, vont pouvoir trouver leurs financement avec la participation d'autres habitants.

IV.4.3.1 Le financement participatif

Le financement participatif, ou crowdfunding, est une technique de financement de projets de création d'entreprise utilisant Internet comme canal de mise en relation entre les porteurs de projet et les personnes souhaitant investir dans ces projets. Pratique ancienne, elle fait l'objet actuellement d'un large engouement en raison de sa simplicité de fonctionnement et des difficultés que rencontrent certains créateurs à trouver des financements. C'est un bon moyen d'impliquer les habitants et de voir leur réactivité opérant comme identification de clients/utilisateurs potentiels qui permet de financer des projets économiques ou culturels. Depuis quelques années, nombre de plateformes ont vu le jour et parfois sur des modèles atypiques.

Le financement participatif se répartit aujourd'hui en 3 modes de financement⁸⁵, le don, le prêt et l'investissement en capital.

Le financement participatif en « Tip »

Internet est devenu en quelques années une grande scène ouverte à tous. Nombre de créateurs talentueux ont fait leur apparition via des vidéos humoristiques ou engagées, via des articles, etc. Avec le temps, leur concept s'est amélioré et ils ont eu de plus en plus besoin de financement, seulement, regarder une vidéo sur Internet, c'est, la plupart du temps, gratuit. Le financement participatif en

⁸⁵<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/Marche-du-crowdfunding/Actualites/Les-modeles-atypiques-du-financement-participatif#.VctFH0U7MoY>

« Tip » apporte une solution à ce problème. Le contributeur choisit un créateur qui lui plaît et propose de lui verser, en échange d'une contrepartie non financière, une certaine somme périodiquement, comme un salaire. Ce type de financement est spécifique aujourd'hui à la création sur le web et permet à de nombreux artistes de continuer leurs activités. Nous trouvons comme plateforme française utilisant ce moyen de financement Tipeee.com.

Le financement participatif en prêt grâce à l'émission de bons de caisse

Le bon de caisse est en réalité assez ancien, il est utilisé par le secteur financier traditionnel notamment pour des prêts d'argent à la banque. Ce système d'émission de bon de caisse a fait son apparition dans le marché du Crowdfunding permettant aux plateformes de pouvoir fonctionner avant même les réglementations du marché. En effet, ce type de bon présente un avantage non négligeable : il n'est pas soumis à la réglementation sur le financement participatif en prêt, mais à celle concernant les agents prestataires de services de paiement. Il est émis par l'entreprise emprunteuse à destination du prêteur et représente l'engagement de celle-ci à rembourser le prêteur selon l'échéancier et aux taux d'intérêts convenus à l'avance. Unilend est un exemple de plateforme utilisant le bon de caisse.

Le financement participatif en royalties

Avec les royalties, le contributeur n'agit pas à titre gracieux, il investit son argent dans un projet en cours de développement, en espérant un retour. En effet, une fois le projet mené à bien, le contributeur percevra une partie des bénéfices qu'il génère, proportionnellement à son investissement initial. Ce type de financement participatif s'applique à toutes sortes de domaines, que ce soit le cinéma, la musique, ou même la recherche médicale. Ce dernier étant représenté par MyPharmaCompany.

Le financement participatif, à l'instar de la finance traditionnelle, innove et se diversifie à chaque instant pour correspondre au mieux à l'évolution des besoins de financement. Il est donc faux de parler de modèle « atypique » de financement participatif, chaque modèle étant à l'image de l'activité qu'il pourvoit en financement.

IV.5 Développer les Filières de proximité : tourisme, agroalimentaire, bois

Le CESER Midi-Pyrénées a étudié sur son territoire les problématiques des filières économiques qui ont le plus d'impact sur l'économie de proximité. Nous reprendrons ci-dessous quelques éléments synthétiques. Le détail de tous les enjeux et préconisations seront à consulter dans la version originale⁸⁶ complète (Avis) ou synthétique⁸⁷ (4 pages) :

- « L'économie touristique en Midi-Pyrénées » du 24/10/2013,
- « Une dynamique pour l'industrie agroalimentaire en Midi-Pyrénées » du 18/06/2012,
- « Filières Bois en Midi-Pyrénées » du 23/06/2009.

IV.5.1 Le Tourisme⁸⁸

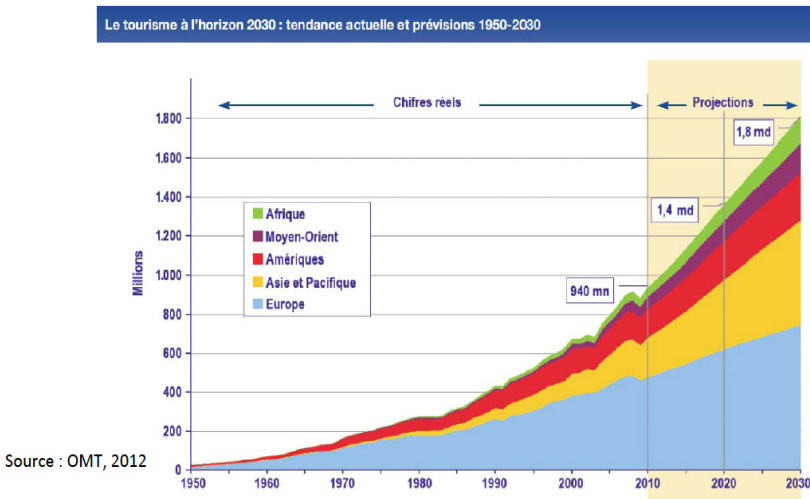
L'image du tourisme en Midi-Pyrénées doit être revalorisée d'un point de vue économique en raison de sa contribution pour 7 % du PIB régional et ses 44 000 salariés directs dont 10 500 emplois saisonniers. Il est source d'attractivité et de rayonnement pour la région avec 15 millions de touristes par an, dont 85 % de français, et génère des synergies et de l'activité pour l'agriculture, l'agroalimentaire, l'industrie, la culture, le sport et les services publics.

⁸⁶<http://www.cesr-midi-pyrenees.fr/>

⁸⁷ Idbidem

⁸⁸ Avis CESER Midi-Pyrénées « L'économie touristique en Midi-Pyrénées » – 24/10/2013

Le CESER tient également à souligner l'intérêt social du tourisme qui par ses aspects d'échange et de développement personnel est facteur d'intégration et de cohésion sociale. Même s'il est aujourd'hui menacé car près de 50 % de la population française ne part pas en vacances. Le tourisme est également un des enjeux de la préservation environnementale par la mise en valeur des patrimoines, la protection des espaces naturels et le maintien de l'agropastoralisme.



Les projections de l'essor du tourisme laissent augurer des revenus importants pour les territoires qui sauront les capter.

Des enjeux larges pour les territoires :

- **économiques** : valeur économique 7 % du PIB régional, plus de 44 000 emplois, rayonnement régional par une communication médiatique, complément d'activité et dynamisation pour tous les secteurs économiques (industrie, agriculture, agroalimentaire, commerce...), maintien et développement des activités locales, vecteur d'installation d'activités industrielles...

- **sociaux** : repos nécessaire à l'activité et à la santé, développement culturel et sportif, source d'ouverture et d'échange, appropriation de son patrimoine et de son histoire, intégration et cohésion sociale...,
- **territoriaux** : maintien et développement de la vie rurale, création de lien urbain et rural, création de synergies locales, développement d'infrastructures...,
- **environnementaux** : entretien des montagnes (agropastoralisme), protection des espaces naturels, valorisation des patrimoines...

Suite aux différents constats et analyses, le CESER présente plusieurs pistes d'amélioration de l'organisation de la filière touristique autour de deux axes concernant l'économie de proximité :

- **développer une offre touristique de qualité : promouvoir un accueil de qualité ; valoriser le patrimoine régional ; redynamiser le tourisme social,**
- **organiser la filière touristique : l'élaboration d'un Schéma Régional de Développement Touristique ambitieux ; la mutualisation des compétences et des moyens.**

IV.5.2 L'Agroalimentaire⁸⁹

Le secteur de l'agroalimentaire, lié à celui de l'agriculture, est le secteur le plus structurant du territoire de Midi-Pyrénées étant le premier employeur régional et le deuxième employeur industriel assurant un maillage économique spécifique.

⁸⁹ Avis CESER Midi-Pyrénées « Une dynamique pour l'industrie agroalimentaire en Midi-Pyrénées » -18/06/2012

Ce secteur économique représente :

- 15 % de la VA industrielle,
- 2^{ème} industrie régionale,
- 17 000 emplois dont 37 % dans la viande, 15 % en produits laitiers,
- 871 établissements,
- 71 % des PME ont moins de 10 salariés,
- Valorise 70 % de la production agricole,
- 1^{ère} région de produits sous signe de qualité (120).

Dans son Avis, après un état des lieux général, le CESER présente les enjeux de la consommation alimentaire, de la distribution, de la transformation avant d'aborder les freins et les conditions de développement de cette industrie, avec à l'appui, des exemples provenant de toutes les filières. Il envisage cette industrie comme l'un des maillons d'une chaîne de valeur « Agro-chaîne » qui devrait permettre la reconquête, la consolidation de la production locale, le développement de la contractualisation pour assurer l'approvisionnement permettant de sécuriser le consommateur.

L'étude est basée sur le concept d'Agro-chaîne sur lequel s'appuie le pôle de compétitivité Agrimip Sud-Ouest Innovation. En articulant tous les maillons depuis le marché, des besoins du consommateur jusqu'à la production d'une agro-ressource en passant par l'ingénierie des produits finis, l'Agro-chaîne permet aux acteurs du marché d'innover et de développer leur compétitivité en anticipant les attentes globales des consommateurs/citoyens.

Cette vision globale et transversale de cette chaîne de valeur permet aujourd'hui de faire des propositions pour maintenir, structurer et développer les IAA avec pour objectifs de pérenniser l'industrie agroalimentaire (rôle social important à la fois en tant qu'employeur mais aussi par son implantation dans les territoires ruraux avec le rôle fondamental qu'elle joue vis-à-vis de nos agriculteurs), de mieux organiser ce secteur (économique et social), d'améliorer le fonctionnement de cette industrie pour

satisfaire les consommateurs (sécurité sanitaire des aliments, traçabilité, qualité nutritionnelle et gustative...), d'assurer son évolution (s'adapter aux mutations, créer de la richesse, développer la recherche et l'innovation).

Dans son Avis, le CESER a identifié des enjeux majeurs :

- **développer des relations économiques à forte valeur ajoutée sur les territoires.** La richesse de nos terroirs, de nos cultures, de nos patrimoines, de nos économies territorialisées doit contribuer à conserver et à développer le plus de valeur ajoutée possible localement tout en accroissant les parts de marchés,
- **améliorer la compétitivité autour des compétences et de l'innovation.** Les IAA doivent s'appuyer sur les compétences des salariés et sur l'innovation (qu'elle soit de produit, de procédé, de marketing, d'organisation ou d'innovation sociale) pour améliorer leur compétitivité qui ne doit pas porter uniquement sur une baisse des prix mais privilégier également l'augmentation de la valeur ajoutée par une optimisation de la transformation ou le développement des produits et des services et l'amélioration des conditions de travail et de rémunération des salariés,
- **fournir des produits de qualité accessibles à tous.** L'enjeu premier de l'industrie alimentaire est de nourrir les populations tant en termes de quantité que de qualité, et joue également un rôle sociétal de par ses liens entre la production agricole, la transformation et la consommation de ses produits,
- **avoir une gestion globale de la production à la consommation.** L'industrie agroalimentaire ne peut se développer efficacement pour la région en termes économiques, sociaux et environnementaux qu'en

complémentarité et en cohérence avec l'agriculture régionale tout en considérant au préalable les besoins et les attentes des citoyens selon les différents circuits de consommation et de distribution.

Suite aux différents constats et analyses, le CESER présente plusieurs pistes d'amélioration de l'organisation de l'agroalimentaire autour de deux axes concernant l'économie de proximité : **relocaliser la Valeur Ajoutée sur les territoires et répondre aux besoins des populations.**

IV.5.3 Le Bois

Avec 17 000 emplois en Midi-Pyrénées, la diversité des activités autour de la matière première du bois souligne une grande variété de problématiques difficiles à globaliser, mais qui sont toutes parties prenantes d'une même ressource initiale, pour exercer leurs activités. Les métiers de la forêt, de la mobilisation puis d'approvisionnement en bois rond, les industries du sciage et de 1^{ère} transformation, les acteurs de la mise en marché des matériaux de base en bois et dérivés, les industries du meuble, de la construction, du papier, de l'énergie..., forment autant de filières d'ouvrages et de produits finis, enclenchant la mobilisation du « bois et des forêts » avec chacune leurs propres logiques de production et de positionnement sur le marché.

Chiffres clés :

- au 2^{ème} trimestre 2012, la filière bois en Midi-Pyrénées comptait 3 538 établissements inscrits au RCS rassemblant 16 978 salariés, dont près de 50 % dans la Haute-Garonne et l'Aveyron,
- 87 % des établissements ont moins de 10 salariés ; majoritairement en sylviculture et exploitation forestière,
- 270 000 propriétaires forestiers, 2 coopératives forestières, 520 entrepreneurs de travaux forestiers, 114 scieries,

- CA de la filière : 1,2 milliard d'euros dont, 42 % de bois-construction,
- exportations : principalement la pâte à papier, le papier et le carton, soit 44 % du montant des exportations de la filière en Midi-Pyrénées,
- importations : avec 33 % du montant, les meubles arrivent en tête des produits importés et proviennent majoritairement de Chine.

La filière bois repose sur le renouvellement durable de cette ressource naturelle exploitable qui peut être fragilisée. Le patrimoine naturel forestier de la région est considérable et varié (25 % du territoire régional soit 1,1 million d'hectares) ; outre l'enjeu économique réel qu'il représente, il participe à la richesse écologique de notre territoire. Pour autant, il peut être fragilisé par de multiples aspects :

- le cas particulier des forêts vieillissantes (notamment sur le massif pyrénéen) dont la régénération nécessite la prise en compte des évolutions des stations forestières et de nouvelles contraintes environnementales,
- plus généralement la régénération naturelle doit localement et de façon circonscrite prendre en compte la pression des ongulés domestiques et sauvages qui peut l'affecter à court et moyen terme. Plus spécifiquement, face aux constats de la dynamique de développement de certaines populations d'ongulés et de la limite de capacité de régulation que pourrait rencontrer l'activité cynégétique (accessibilité des territoires, diminution des pratiquants), les démarches d'expérimentation et de solutions innovantes (notamment en matière de diagnostic partagé) sur des sites pilotes de gestion de l'équilibre agro-sylvo-cynégétique sont à encourager. L'enjeu d'atteinte ou du maintien de cet équilibre figure dans les cadres de référence du

système de certification⁹⁰ des productions forestières de Midi-Pyrénées, et dans divers documents de référence sur de la gestion⁹¹ forestière. Le renouvellement de la ressource bois doit intégrer les impacts du changement climatique (dépérissements, érosion, risques incendie...).

L'enjeu majeur de la filière Bois est **de Valoriser les ressources naturelles territoriales et maintenir les espaces ruraux avec le bois. Pour cela :**

- **la filière doit être rendue plus compétitive** en améliorant l'accès à la ressource forestière, en développant la construction bois et la seconde transformation en France et en favorisant les usages énergétiques et de chimie verte, à partir des connexes⁹² de la biomasse. Le bois est le deuxième poste en déficit de la balance commerciale française, après l'énergie fossile, alors que les ressources locales pourraient être beaucoup mieux mobilisées. Aujourd'hui, le solde de la balance extérieure peut également être réduit en limitant les importations de biens, en les produisant régionalement. Le plan «Industries du bois» des 34 plans de la Nouvelle France Industrielle⁹³ souhaite ainsi corriger le déséquilibre de la balance commerciale en réimplantant sur le territoire national les

⁹⁰ PEFC <http://www.pefc-france.org/regions/midi-pyrenees-19>

⁹¹ Orientations Régionales Forestières (DRAAF Midi-Pyrénées), Schéma Inter-régional d'Aménagement et de Développement du Massif Pyrénéen (Commissariat de Massif)...

⁹² déchets qui découlent d'une part de la mobilisation de l'arbre dans la forêt, (branches et autres parties impropres aux bois d'œuvres, dont l'écorce,...) mais également tous ceux qui se dégagent des différentes étapes de transformations jusqu'au produit final le plus abouti (Sciures, copeaux, chutes,...). Les feuilles et les fruits non comestibles, puis les racines font également parties des connexes de la biomasse forestière potentiellement mobilisables. Le produit fini en fin de vie devient également un connexe au moment où il faut le recycler...

⁹³ <http://www.economie.gouv.fr/nouvelle-france-industrielle>

activités de transformation et en accélérant l'industrialisation de l'offre,

- il est ainsi essentiel de **soutenir l'ensemble des segments de la filière globale** qui permettront de fournir une meilleure compétitivité à chaque chaîne de production. C'est ainsi que le bois, matière première locale abondante, peut être valorisé sur tout le territoire afin de créer une valeur ajoutée par l'activité de chaque maillon, le long des chaînes de productions. Ces assemblages en chaîne, pour répondre à des besoins différents à partir du bois local, constituent autant de filières différentes implantées en Midi-Pyrénées. Toutes ces filières sont concernées, depuis la sylviculture jusqu'au client final, par le recyclage systématique. Il est important d'exploiter sur toutes les chaînes de productions, les déchets du bois pour les orienter et les valoriser, notamment vers les bois d'industries (des panneaux et des bois collés) et vers toutes les formes d'usages énergétiques ou dans d'autres cas, vers des matières premières ou de molécules pour la chimie verte⁹⁴. C'est à partir de la grande masse de la valorisation des matières premières, que les connexes dédiés au bois énergie, peuvent se développer sans concurrence d'usages. En respectant ces principes fondamentaux d'approvisionnement en combustibles, par le tri et l'orientation pertinente des connexes appropriés. Nous notons également que l'idée qui avait été avancée⁹⁵ d'améliorer l'extraction du bois, en particulier en zone de montagne, par des dirigeables à charge lourde pourrait se réaliser au travers du plan « dirigeables - charges lourdes » qu'il est nécessaire de soutenir,

⁹⁴http://www.francetvinfo.fr/landes-une-molecule-d-ecorce-de-pin-nouveau-fleuron-cosmetique_596013.html

⁹⁵ Avis « La filière bis en Midi-Pyrénées » - 23 juin 2009

- il est fondamental de **combler les manques dans la chaîne de production** de la filière régionale, la césure encore marquée, entre l'amont (l'exploitation de la forêt) et l'aval (la production manufacturière) reste le point faible majeur de la filière. Il manque une structuration de la 1^{ère} transformation qui soit mieux adaptée aux attentes et aux besoins de la 2^{ème} transformation. Si « Midi-Pyrénées bois », association interprofessionnelle du bois et de la forêt, regroupe dorénavant l'ensemble des 15 familles de métiers qui participent à cette filière globale et contribue à mieux les animer autour de projets fédérateurs, il reste nécessaire de poursuivre les échanges, l'écoute et la compréhension des différents acteurs pour que des liens durables soient créés entre les différents intervenants autour de projets et pour combler les besoins dans la chaîne de production,
- il est important de **s'appuyer sur la création de projets**, « produits ou chantiers concrets » stimulant des productions effectives correspondant à des besoins réels publics ou privés, dont les fondements volontaires seraient la recherche systématique de création de plus-values au sein des filières, à partir de la réalisation des produits durables, adaptés aux besoins des clients finaux mais aussi des intervenants de la filière, qui permettront une juste et meilleure rémunération de tous les acteurs impliqués dans cette dynamique. (ex. « Hêtre - valorisation du bois des Pyrénées »⁹⁶),
- **mutualiser les dynamiques et les moyens interrégionaux** ainsi que soutenir la Recherche et Développement. Les filières bois ont un déficit important en R&D alors qu'il est indispensable de la promouvoir et de la soutenir dans une perspective de développement nécessaire de l'image et de l'activité économique. Une mutualisation de régions

⁹⁶Projet porté par l'Union régionale des communes forestières

forestières aux problématiques communes pourrait être envisagée entre les régions Aquitaine, Midi-Pyrénées, Auvergne et Languedoc-Roussillon.

V Propositions

Le poids, le potentiel et les mécanismes de l'économie de proximité sont actuellement mal connus et mal pris en compte, car ils ne sont pas assez observés et étudiés. L'économie de proximité ne peut pas être définie par un modèle standard déjà établi : chaque composante de cette économie et chaque territoire ayant leurs spécificités, il existe de nombreuses combinaisons possibles, d'expression de l'économie de proximité.

Cependant, **une économie de proximité durable et dynamique s'appuie sur des spécificités territoriales**, dont voici quelques exemples :

- un environnement rural attractif s'appuyant sur des facilités de communication (routes, transports en commun), une offre de logements, des services de santé, une vie associative et culturelle, une préservation de ses différents espaces agricoles, forestiers et sensibles,
- la présence de petites et moyennes entreprises reposant sur l'activité humaine, capables de répondre à une grande majorité des besoins quotidiens des populations résidentielles ou de passage,
- un artisanat et une agriculture produisant des offres différenciées à forte valeur ajoutée, pouvant également combiner une valeur identitaire : alimentation, construction, autres produits et services...,
- la présence d'habitants de tous âges et de toutes catégories professionnelles impliqués dans la vie sociale, de l'école à la maison de retraite,
- une fréquentation touristique de loisir et d'affaire pouvant favoriser le commerce local,
- la présence de Services Publics de qualité et adaptés aux besoins,
- la présence d'activités de production.

Valoriser l'économie de proximité est le moyen de réussir l'équilibre entre les villes et les territoires à dominante rurale. C'est aussi redonner de l'attractivité aux territoires, redonner vie à des activités artisanales, agricoles et de petites industries, et assurer un « meilleur vivre » à, ne l'oublions pas, plus de la moitié de la population en Région.

Remarque : Dans un contexte budgétaire contraint sur l'ensemble des partenaires publics, la réalisation des propositions est entendue comme des choix politiques d'inflexion des mesures en cours. Une politique en faveur de l'économie de proximité ne pourra pas se réaliser sans la mise en commun des moyens de tous les acteurs afin de concentrer les efforts sur les orientations stratégiques et éviter la dispersion financière au niveau des différentes strates décisionnelles.

V.1 PROPOSITION 1 : Intégrer l'économie de proximité comme un des piliers majeurs du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Industrialisation (SRDEII)

Le CESER préconise au Conseil Régional d'intégrer l'économie de proximité dans le Schéma Régional de Développement Economique, et propose pour cela quatre étapes :

- créer des Etats Généraux de l'économie de proximité, pour une sensibilisation globale de tous les acteurs, économiques, citoyens et responsables politiques,
- réaliser un diagnostic des territoires, définis selon des bassins de vie,
- établir, en partenariat avec les acteurs précités, un plan d'actions de développement adapté à chaque territoire,
- mobiliser des mesures d'accompagnement, financières et logistiques, permettant aux territoires de relancer la consommation et la production locale.

Le Conseil Régional soutient aujourd'hui l'économie en région, par le biais des filières, de la formation, des concours financiers tels que les fonds de garantie, contrats d'appui, FRIE... Ces dispositifs s'appuient sur les partenaires économiques (chambres consulaires, agences de développement, établissements bancaires...). Ils sont utiles et doivent se positionner dans une stratégie pour l'économie de proximité.

Le CESER encourage le Conseil Régional à poursuivre son action en faveur du développement économique régional de proximité (Artisanat, TPE, ESS, Tourisme, Santé...).

Le CESER, cependant, propose que ces politiques soient repensées et coordonnées en cohérence avec le futur SRDEII.

V.2 PROPOSITION 2 : Sensibiliser les acteurs locaux et engager localement des stratégies en faveur de l'économie de proximité

La sensibilisation des citoyens à un « consommer local » ne suffira pas si l'offre commerciale n'est pas à la hauteur des standards attendus en matière de choix, de rapport qualité/prix, de services. La réussite d'une économie de proximité passe par la modernisation de l'appareil commercial, la professionnalisation des commerçants et artisans, la mise en réseau des producteurs locaux (agriculteurs, artisans, chefs d'entreprises) et l'intégration de l'ensemble des activités de l'ESS, telles que services à la personne, santé, culture, loisirs...

Le CESER invite le Conseil Régional à encourager la coordination et la mise en cohérence, dans chaque bassin de vie, des initiatives au service de l'économie de proximité.

Les CESER invite également les différentes structures territoriales dont les PETR (Pôles d'Equilibre Territoriaux et Ruraux) à s'emparer de ces missions, et pour cela :

- engager des « managers de centre-ville » ou animateur centre-bourg qui, en partenariat avec les autres acteurs économiques spécialisés, dynamiseraient le commerce et artisanat et garantiraient des critères de qualité de services,
- développer, pour les activités commerciales artisanales et agricoles locales, des plateformes Internet partagées,
- proposer des financements semblables à ceux imaginés par l'ESS : fonds de capital risque local, financement participatif...,
- aider à l'émergence de Pôles Territoriaux de Coopération Economique (PTCE) avec l'aide de la CRESS, pour favoriser les réseaux d'entreprises et la mutualisation des moyens,
- aider au maintien et au développement des Services Publics en zone rurale, en favorisant les synergies possibles entre administrations d'Etat, collectivités Locales, services de la santé et de la culture,

- de manière plus générale, aider à un maillage pertinent des structures territoriales exerçant une compétence économique pour éviter la pluralité des interlocuteurs sur des sujets identiques,
- créer et structurer, pour les collectivités, un fonds d'aide dédié à l'acquisition et la mise à disposition de terres agricoles ou de locaux professionnels.

Pour compléter cette liste, les acteurs locaux peuvent s'appuyer ou s'inspirer des nombreuses actions de terrains et expériences déjà menées dans les territoires qui sont pour partie répertoriées dans le chapitre « IV. Les leviers de l'économie de proximité » :

- IV.1 Appréhender l'activité et les revenus globalement pour gérer les territoires
- IV.2 Favoriser la consommation régionale de produits locaux
- IV.3 Développer la production de biens et de services locaux
- IV.4 Développer l'économie sociale et solidaire
- IV.5 Développer les filières économiques de proximité : tourisme, agroalimentaire, bois

V.3 PROPOSITION 3 : Initier et valoriser l'innovation sociale dans les territoires

Tous les acteurs de la proximité (élus, professionnels, organisations, habitants) doivent s'impliquer et favoriser l'innovation sociale. Ainsi par exemple, certaines organisations visent à concilier les valeurs de l'ESS et du développement durable, d'autres favorisent la réduction des circuits entre producteurs agricoles et consommateurs, ou la valorisation et le recyclage des sous-produits (économie circulaire), etc. Ces systèmes privilégient l'échange, la qualité et la durabilité du produit, la personnalisation du service apporté et responsabilisent le consommateur-citoyen. Ces innovations sociales sont à la recherche de nouvelles voies en complément des réseaux et circuits traditionnels existants. De telles initiatives sont issues de volontés locales et portées par des groupes de volontaires parfois même bénévoles. Cette implication de la population à la vie économique du territoire est particulièrement bénéfique pour le maintien du lien social et répond à l'aspiration d'un « mieux-vivre » d'un nombre croissant de personnes.

Le CESER recommande au Conseil Régional :

- **de soutenir les actions de sensibilisation des populations à la valeur des ressources locales, en organisant la concertation au plus près du terrain** pour une plus grande valorisation de l'offre locale (démocratie participative),
- **de soutenir les actions pour agir contre la précarité et pour le développement des qualifications des emplois de proximité.** La valorisation de ces emplois favorisera l'attractivité des territoires et le développement de l'économie circulaire.

V.4 PROPOSITION 4 : Poursuivre l'accessibilité au Numérique des territoires

L'économie de proximité s'adapte à l'utilisation par les entreprises et la population des réseaux de communication et des terminaux mobiles. Si cette évolution technologique l'expose plus qu'auparavant à la concurrence hors territoire, elle représente aussi une opportunité d'être plus performante, tout en conservant l'atout de la relation humaine.

L'utilisation du numérique permet notamment :

- la facilitation des échanges sociaux et de l'engagement des citoyens sur le territoire,
- une meilleure visibilité et une meilleure appréciation de la clientèle locale et éloignée via les sites internet, les référencement, les réseaux sociaux qui évaluent la qualité des produits et services,
- une modification des conditions de travail dû à la robotisation de certaines activités dont les conséquences doivent être prises en considération,
- d'autres formes de productions additives (imprimantes 3D, etc.) relocalisées,
- le travail à distance (télétravail et autres),
- une coopération entre corps de métiers plus ouverte,
- la mise à disposition de produits et de services qui ne seraient pas disponibles sur le territoire,
- l'e-santé.

Par contre, les changements introduits par les solutions numériques dans l'économie de proximité modifient la structure du travail et impactent le marché de l'emploi à court et moyen terme.

Le CESER propose à la Région en partenariat avec les autres collectivités de favoriser cette mutation technologique dans les territoires et d'accompagner :

- **l'aménagement du territoire en infrastructures de haut débit numérique fixe et mobile**, considérées comme indispensables tant par les entreprises que par les habitants au XXIème siècle,
- **la mise en place de services opérationnels utilisant le numérique**, accessibles sur tout le territoire, en ville et à la campagne, suite aux expérimentations conduites ces dernières années en région,
- **les investissements et la montée en compétences des entreprises** dans l'évolution des processus de commercialisation, de commande et de livraison, de production, de travail en réseau, et dans une démarche de qualité durable qui permet un bon positionnement face à une concurrence élargie,
- **les habitants à l'utilisation des technologies numériques,**
- **la population active à la mutation du marché du travail** par une GPEC efficace limitant les effets négatifs que pourrait avoir le développement du numérique.

GLOSSAIRE

ADEME	Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
AFOM (Analyse)	Atout Faiblesse Opportunité Menace
AMAP	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CA	Chiffre d'Affaires
CAF	Caisse d'Allocations Familiales
CARIF-OREF	Centre Animation Ressources d'Information sur la Formation / Observatoire Régional Emploi Formation
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie
CCIR	Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale
CDEC	Commission Départementale d'Équipement Commercial
CPAM	Caisse Primaire d'Assurance Maladie
CREDOC	Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie
CRMA	Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat
Crowdfunding	Financement participatif
Crowdsourcing	Production participative
DAC	Document d'Aménagement Commercial
DATAR	Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et l'Attractivité Régionale
EPCI	Établissement Public de Coopération Intercommunale
EPFL	Établissement Public Foncier Local
ERDF	Électricité Réseau Distribution France
ESAT	Établissement et Service d'Aide par le Travail
ESS	Économie Sociale et Solidaire
FEADER	Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
FISAC	Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce

FISO	Fonds d'Investissement Social
FRIE	Fonds Régional d'Innovation pour l'Emploi
GAEC	Groupement Agricole d'Exploitation en Commun
GAL	Groupe d'Action Locale
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GPEC	Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences
GRDF	Gaz Réseau Distribution France
HQE	Haute Qualité Environnementale
IAA	Industries Agroalimentaire
IAE	Institut d'Administration des Entreprises
IGN	Institut National de l'information Géographique et forestière
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
IRQUALIM	Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Midi-Pyrénées
LRMP	Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées
MDD	Marque De Distributeur
MLC	Monnaie Locale Complémentaire
ONISEP	Office National d'Information sur les Enseignements et les Professions
PESS	Prêts pour les Entreprises Sociales et Solidaires
PETR	Pôles d'Equilibre Territoriaux et Ruraux
PIB	Produit Intérieur Brut
PLUI	Plan Local d'Urbanisme Intercommunal
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PMI	Petites et Moyennes Industries
PTCE	Pôle Territorial de Coopération Economique
R&D	Recherche et Développement
SCIC	Société Coopérative d'Intérêt Collectif
SPRO	Service Public Régional de l'Orientation
SRCE	Schéma Régional de Cohérence Ecologique

SRDEII	Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Industrialisation
TPE	Très Petite Entreprise
TVB	Trame Verte et Bleue
URQR	Université Rurale Quercy-Rouergue
VA	Valeur Ajoutée

Sources bibliographiques

L'économie résidentielle, une dynamique récente, moteur du développement des territoires ?

Etude : Côtes d'Armor Développement, Pôle Territoires,
L'économie résidentielle, Décembre - 2010,
http://www.cad22.com/armorstat/Etudes_Publications/Etudes_Economie_residences.html

DATAR - Analyse économétrique de la croissance de l'économie présentielle en France –

Synthèse du rapport de recherche - Francis AUBERT, Abdoul DIALLO, Quentin FRÈRE, Denis LÉPICIER, Stéphanie TRUCHET, Dominique VOLLET, – Mars 2014
<http://www2.dijon.inra.fr/cesaer/wp-content/uploads/2014/07/Synth%C3%A8se-Economie-pr%C3%A9sentielle.pdf>

Economie présentielle, Wikipédia

https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_pr%C3%A9sentielle

Les cahiers de l'économie de proximité

Avril 2013 – Cabinet ARADEL pour le Conseil Régional de Rhône-Alpes avec le soutien de l'Europe
http://www.territoires.rhonealpes.fr/IMG/pdf/DOC_ecoprox-RRA-planches-LD.pdf

Regards distanciés du Conseil scientifique sur les enjeux territoriaux du débat Economie résidentielle / Economie productive en Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Conseil Scientifique du SRADDT PACA 2030 (R. Arnaud -- KANTOR, R. BELLE, J. BOULESTEIX, L. CASANOVA, A. CHANZY, J.P. De PLAZAOLA, J. GARNIER, M. LAMBERT, P. LANGEVIN, H. REIGNER, T. TATONI, C. VOIRON, J.B. ZIMM)

<http://2030.regionpaca.fr/docs/regards-distanciers-du-cs-sur-les-enjeux-economiques.pdf>

Observatoire du commerce et de la consommation,

CCI de Midi-Pyrénées 2014

SIG Pyrénées - Centre de ressources numériques des Pyrénées

<http://www.sig-pyrenees.net/aller-plus-loin-economie/economie-presentielle-et-productive>

La lettre régionale de l'agriculture biologique en Midi-Pyrénées – 2014 -N°7

http://www.midipyrenees.fr/IMG/pdf/la_lettre_regionale_de_l_agriculture_biologique_en_midi-pyrenees_2eme_trimestre_2014.pdf

La place du marché du Crowdfunding

<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/Marche-du-crowdfunding/Actualites/Les-modeles-atypiques-du-financement-participatif#.VctFH0U7MoY>

Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt de Midi-Pyrénées - Agreste Midi-Pyrénées Données n° 66 - avril 2012

http://draaf.midi-pyrenees.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Donnes201266-CircuitsCourts_cle0f4fa1.pdf

Redéfinir l'enjeu de l'économie présenteielle et le rôle des femmes dans les économies locales - Le cas des territoires de montagne –

Revue de géographie alpine - Magali TALANDIER - <https://rga.revues.org/2028>

Sources de réflexion :

L'économie résidentielle en France à l'horizon 2040 - Revue futuribles, n° 388, septembre 2012 - <https://www.futuribles.com/fr/base/revue/388/leconomie-residentielle-en-france-a-lhorizon-2040/>

Comité de massif des Pyrénées – Révision schéma de massif 2012-2013 - Economie résidentielles
http://schema-massif.sig-pyrenees.net/index.php?option=com_content&view=article&id=221&Itemid=107

Géoclip – Carte observatoire des territoires -
http://carto.observatoire-des-territoires.gouv.fr/#l=en;i=clap.part_eco_pres;v=map2

INSEE - Grand Sud-Est : l'économie résidentielle stimulée par la croissance démographique et le tourisme - Clément GASS –
http://insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=8&ref_id=16740

EXPLICATIONS DE VOTE

Explications de vote

1^{er} Collège

« Représentants des Entreprises et activités professionnelles non salariées »

Serge CRABIÉ

Chambre régionale des métiers et de l'artisanat

Eric LALANDE

Union professionnelle artisanale

François TOULIS

Fédération régionale des syndicats d'exploitants agricoles

Henri SALLANABE

Confédération Paysanne de Midi-Pyrénées

2^{ème} Collège

« Représentants des organisations syndicales représentatives des salariés »

Xavier PÉTRACHI

Pour la CGT (Confédération générale du travail), Union Syndicale Solidaires et FSU (Fédération Syndicale Unitaire)

Marie-Christine ALBARET

Pour la CFE-CGC (Confédération Française de l'Encadrement – Confédération Générale des Cadres), la CFDT (Confédération Française Démocratique du Travail), la CFTC (Confédération Française des Travailleurs Chrétiens) et l'UNSA (Union nationale des syndicats autonomes)

Michel LAMARQUE

Pour Force Ouvrière (FO)

3^{ème} Collège

« Représentants des organismes et associations qui participent à la vie collective de la région »

Olivier-Ronan RIVAT

Pour le Groupe « Associations »

4^{ème} Collège

« Personnalités qualifiées nommées par le Préfet de région »

Valentine BOÉ

Personnalité qualifiée

Interventions du 1^{er} Collège
« Représentants des Entreprises et activités professionnelles non salariées »

Présentée par Monsieur Serge CRABIE,
Chambre régionale des métiers et de l'artisanat

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,
Chers amis, chers collègues,

Pour introduire mon propos, il me semble nécessaire de rappeler ce qu'est l'artisanat. Éric LALANDE, tout à l'heure, développera le rôle de l'artisanat dans le cadre de l'économie de proximité, nous le faisons en duo.

L'artisanat est la production de produits ou de services grâce à un savoir-faire particulier et hors contexte industriel. Ainsi, l'artisan assure en général toutes les tâches de sa production, de transformation, de réparation ou de prestation de service, et la commercialisation.

L'artisanat est ainsi un corpus de valeurs humanistes où l'on distingue notamment l'amour du métier, la transmission du savoir-faire, la solidarité, qui constituent selon moi un véritable socle de reconnaissance de ce secteur.

Enfin, les entreprises à taille humaine savent conjuguer tradition et modernité pour s'adapter à un environnement en proie à de profondes mutations économiques, sociales et technologiques.

Au-delà de la valeur ajoutée créée par l'exercice du métier, les entreprises artisanales contribuent à animer nos territoires en étant au service de la population, du tissu économique et des collectivités locales. Le rappel des chiffres clés de l'artisanat tirés

de l'observatoire régional permet d'apprécier le poids économique de ce secteur d'activité, et vous le savez, un acteur majeur de notre région. L'artisanat, c'est 250 métiers répartis en trois branches : les métiers du bâtiment, les métiers de bouche et les métiers de services et de production, où l'apprentissage -faut-il le rappeler- joue un rôle majeur.

En 2014, la Région Languedoc-Roussillon - Midi-Pyrénées compte 136 705 établissements artisanaux avec une augmentation de 12 % depuis 2011. Avec 43 % des établissements, le bâtiment constitue la famille professionnelle la plus importante suivie de l'alimentation 30 %, des services 13 % et de la production 14 %. Près de la moitié des établissements se situent en milieu rural et près de 55 % des établissements sont des entreprises individuelles. Enfin, une dernière caractéristique très importante : près de 45 % des chefs d'entreprises artisanales ont plus de 50 ans, ce qui nous permet de considérer que l'enjeu majeur de l'artisanat, et je le dis depuis longtemps, est d'assurer son renouvellement, un enjeu crucial pour l'avenir de nos territoires.

À cet effet, la mise en œuvre de politiques volontaristes et ambitieuses en matière de Formation Initiale et donc d'apprentissage, et de Transmission/Reprise d'entreprise, est incontournable pour préserver ces savoir-faire et relever le challenge d'assurer le maintien, voire le développement, de notre tissu artisanal.

Je ne peux conclure, chers collègues, mon intervention sans évoquer la problématique du régime de la microentreprise, plus connu sous le terme de l'autoentrepreneur. Le rapport décrit les conséquences de ce régime sur notre secteur.

Il est en train de modifier complètement, à un point que vous êtes loin d'imaginer Mesdames et Messieurs, la physionomie de l'artisanat, mettant en difficulté nombre d'entreprises artisanales structurées qui subissent les effets de cette concurrence que je qualifie de déloyale (charges sociales et fiscales proportionnelles au chiffre d'affaires déclaré, si tant est qu'il soit déclaré, et

exonération de la TVA...). Pour autant, il faut l'avouer, je crois qu'il sera difficile, d'ailleurs j'en ai parlé mercredi avec le ministre de l'Économie, d'abroger ce régime qui a pris sa place dans le paysage. En revanche, il faut toujours se projeter de l'avant, nous pouvons l'adapter de manière à ce qu'il soit ce qu'il doit être, une rampe de lancement dans l'entrepreneuriat. L'adaptation à mes yeux est simple : il suffit de le limiter dans le temps, une durée de deux ans à trois ans me semblerait à ce titre judicieuse pour permettre de découvrir cette aventure qu'est l'entrepreneuriat.

Nous devons mettre toute notre énergie pour convaincre les pouvoirs publics du bien-fondé de cette adaptation dans l'intérêt des micro-entrepreneurs eux-mêmes, de l'équilibre de nos régimes sociaux et du bon fonctionnement de notre économie.

Pour faire plaisir à mon ami en faisant un peu de prospective, je pense qu'on peut se poser la question dans 15 ans -et 15 ans c'est court- voire 20 ans, comment sera organisé le salariat en France. Je peux vous dire que dans 15 à 20 ans, à mes yeux il y aura très peu de salariat dans cette forme, notamment dans les petites entreprises, le salariat qui pour moi est un pilier de notre République avec la Sécurité sociale. Merci.

Intervention présentée par Monsieur Eric LALANDE,
Union professionnelle artisanale

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs les Conseillers,
Chers collègues,

J'interviens au nom de l'UPA et du groupe de l'artisanat, dans l'intérêt des populations et des entreprises de proximité.

Le titre de l'avis « L'économie de proximité, une force pour les territoires » pose un constat et donne une orientation. Son contenu attire l'attention sur quelques points fondamentaux et ouvre des perspectives intéressantes. Cependant, « ce chantier », pour utiliser une terminologie artisanale, aurait mérité un temps de travail plus long, pour approfondir la complexité et les particularités de notre tissu économique.

Certes, des orientations positives d'ordre général sont données ; mais en ce qui concerne l'artisanat, les petites entreprises commerciales et celles des services de proximité, nous considérons que l'avis n'apporte pas assez de prescriptions et de propositions concrètes.

Notre priorité avec cette intervention n'est pas d'apporter des compléments à l'avis, ni de lister au cas par cas les différentes valeurs ajoutées générées par l'ensemble des entreprises que représente l'UPA.

Notre objectif est principalement d'attirer l'attention du grand public et d'inciter les différents donneurs d'ordre et les décideurs à prendre conscience de l'impact des mutations actuelles sur nos entreprises.

Nos métiers de proximité et de l'artisanat, qui ont su actualiser leur potentiel au fil du temps et de l'histoire, se retrouvent maintenant en face de phénomènes nouveaux, fortement déstabilisants.

Il est donc urgent de faire les bons choix, pour faire face à des défis inédits. Hélas, aujourd'hui les outils adaptés pour prendre le pouls de l'économie de proximité n'existent pas vraiment.

Heureusement, la valeur ajoutée de l'avis est d'ouvrir de nouvelles pistes... Il remarque notamment la nécessité de mieux préciser, comprendre et appréhender, la nature et les mécanismes complexes de l'économie de proximité. Est-ce qu'elle crée de la valeur ajoutée ? Comment cette valeur se propage-t-elle sur le territoire ou le quitte-t-elle ? Bref, la vitalité de l'économie de proximité, est-elle un enjeu majeur ?

Nous avons besoin d'une étude fiable, pour identifier et définir une fois pour toutes, les indicateurs pertinents et utiles à la prise en compte de l'état de santé de l'économie de proximité qui, par ricochet, impactent l'ensemble de l'économie régionale et nationale.

Les grands entrepreneurs qui ont développé des belles entreprises devenues des fleurons nationaux et internationaux sont issus du vivier de l'économie de proximité. Leur développement à l'avantage de notre économie productive est remarquable. Cependant, il ne faut pas oublier que durant leur aventure industrielle, toutes les autres entreprises de proximité ayant eu une vocation différente ont continué à maintenir leur activité. Elles ont assuré la réponse aux besoins des populations des territoires où elles sont implantées et auxquelles elles offrent un panel d'emplois à ne pas négliger.

Il est donc important de bien définir les besoins, puis d'inscrire dans les tableaux de bord régionaux et nationaux ces bons indicateurs opérationnels propices à construire et à maintenir des stratégies efficaces. Stratégies utiles au maintien des savoir-faire

et des activités économiques de proximité, qui feront émerger de nouveaux grands entrepreneurs.

Or, l'état des lieux à prendre en compte est lourd, car les entreprises sont régulièrement confrontées au cumul des problématiques suivantes :

- les mauvaises pratiques économiques, causées par le consumérisme ;
- les concurrences d'offres obsolètes du marché mondialisé ;
- l'émergence des circuits de ventes directes et de l'e-Commerce ;
- l'explosion des concurrences déloyales de différentes natures ;
- la montée en puissance des GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon) et l'Ubérisation des offres ;
- des règles d'appels d'offres lourdes ou inaccessibles ;
- des exigences normatives souvent inadaptées ou difficiles à soutenir ;
- la nécessité de s'adapter à l'ère du tout numérique.

Pour les petites entreprises, ces problématiques sont autant de difficultés et de freins à lever, pour se maintenir, puis pour développer leur activité.

La préparation d'un plan d'action adapté aux petites entreprises doit se faire en considérant ces problématiques, mais également en prenant en compte l'avis des petites entreprises et de leurs organisations professionnelles sur les logiques opérationnelles des métiers et de leurs savoir-faire de base. Au-delà des montées en compétences autour des différentes démarches, comment envisager des bons parcours par la voie de l'apprentissage, sans entreprises qui maîtrisent la totalité de leur métier de base ? Comment envisager la création de nouvelles entreprises ou bien des transmissions reprises fiables dans chaque métier, s'il y a une forte dégradation des savoir-faire, par manque de commandes qui les sollicitent ? Dans le cadre de la proposition 1 « Intégrer

l'économie de proximité comme un des piliers majeurs du Schéma Régional de Développement Économique », le CESER propose que les politiques soient repensées et coordonnées en cohérence avec le futur SRDEII.

Cependant, pour une bonne prise en compte des métiers de l'économie de proximité, l'UPA rappelle dans cette démarche l'intérêt de penser petit et de penser métiers d'abord ! Je vous remercie.

Nous voterons l'avis.

Intervention présentée par Monsieur François TOULIS,
Fédération régionale des syndicats d'exploitants agricoles

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

Circuits de proximité, un petit mot concernant le contexte agricole. Comme vous le savez tous, cet été il y a eu beaucoup d'actions et de difficultés en particulier dans le monde de l'élevage ; cela a amené les pouvoirs publics à tous les niveaux, national régional départemental, à inciter à se tourner vers les produits de proximité et à pousser à la commercialisation de ces produits. Car il faut bien le reconnaître, actuellement les produits font le tour de la planète, ils viennent de loin alors que quelquefois on les a à portée de main.

Il faut avoir une démarche plus responsable et durable, réduire le transport, réduire les productions en conséquence, développer l'emploi local, diversifier nos productions. Chaque fois qu'on va sur des produits de proximité, on favorise l'installation ou le maintien d'agriculteurs pour notre secteur. Cela bénéficie à la biodiversité et à l'environnement et cela met de la valeur ajoutée dans nos filières locales à tous les niveaux. En clair, c'est le maintien de la vie économique indispensable à la vie de nos territoires.

Privilégier les produits locaux, c'est aussi retrouver le goût des produits frais. C'est respecter les saisons, c'est retisser des liens au vivant, c'est s'impliquer dans la politique pour l'équilibre alimentaire.

Je voudrais vous faire part ici d'une expérience qu'on mène en Ariège, mon département. On a créé une SIC, c'est une Coopérative avec un statut bien particulier, entre les collectivités locales, les écoles qui ont bien voulu y rentrer, les transformateurs,

et bien sûr les producteurs. En trois ans, on est passé à 600 000 repas servis dans les écoles du département, et notre espoir est de le doubler, d'aller sur un 1,2 million de repas.

J'ai été stupéfait pour ma part de voir qu'en Ariège on avait 300 références produits sur un tout petit département. Cela a favorisé la création de deux emplois pour cette plateforme de distribution qui permet de mettre en lien les producteurs avec les consommateurs que sont les collectivités locales et les cantines.

On a conforté la vie économique d'une entreprise qui est basée sur Pamiers et qui distribue des produits alimentaires sur tout le département tous les jours, donc on n'a pas fait un investissement lourd, on a passé un partenariat avec eux. On a créé des emplois indirects puisque sur certaines écoles où il n'y avait plus que des choses au micro-onde ou des friteuses, on a remis une légumerie en place et du travail, c'est de l'emploi et de la vie économique.

On a permis le développement de maraîchers, c'est ce qui nous manque le plus et on est en pleine éclosion sur ce point. On a mis de la valeur ajoutée, effectivement les viandes consommées sur le département sont maintenant abattues sur le département et transformées par des opérateurs du département. Tout cela en circuit court. Mais on n'enlève pas les maillons de la filière, les maillons ont tous leur place, ce n'est pas par hasard qu'on fait ces métiers. On a des producteurs laitiers qui se sont installés une salle de transformation pour faire du yaourt. Tout cela fonctionne, c'est un début, j'espère que cela se développera.

Beaucoup nous disent : oui, mais le prix ? C'est faux, le prix ce n'est pas le problème. Le prix d'un repas servi dans l'ensemble de ces collectivités c'est, selon les charges indirectes qu'elles ont, entre 6 et 8 €, et la matière première qu'on fournit pour ces repas c'est entre 1,66 et 2 €. Même si par hasard, les produits locaux étaient 10 % plus cher, c'est 16 ou 18 centimes d'euros de plus par repas. Il faut avoir une volonté politique de mettre cela en œuvre et cela peut fonctionner. Notre Conseil départemental l'a

compris puisqu'il vient de voter 400 000 € de budget pour aider toutes les collectivités qui achèteront local. Je vous rappelle que le Conseil régional dans lequel nous sommes hébergés aujourd'hui a aussi une action de ce type sur les repas SIQO (Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine) faits dans les écoles qui permet d'avancer dans ce sens.

En clair, c'est une volonté de nous tous qui permettra d'introduire des produits locaux dans la restauration collective et on peut aller plus loin. Juste pour l'anecdote aussi, cet été les agriculteurs et le syndicalisme que je représente ici ont mis la pression sur les grands distributeurs et la fermeture de magasins, on a pris au mot les distributeurs de l'Ariège et on leur a dit « maintenant le discours national, la fixation du prix, ça nous semble bien lointain, comment peut-on faire directement chez nous ? » Et aujourd'hui on en est à 35 bêtes par semaine, je ne sais pas si ça vous parle, qui sont livrées aux distributeurs et grandes surfaces entre autres du département qui font donc aussi fonctionner nos abattoirs et nos chevillards locaux sans avoir besoin de les faire venir d'un autre coin de l'Europe, et en plus on a la qualité.

Je pense que cette affaire c'est notre action à tous. Vous tous qui êtes ici, vous êtes engagés dans vos municipalités, dans vos communes, dans la vie économique, et par l'action que vous mènerez, par la persuasion, vous participerez au développement économique de votre territoire, à la pérennité des exploitations, à l'entretien et à la richesse de vos territoires, à l'amélioration de la qualité de l'offre, à la création d'emplois nouveaux, à l'économie de proximité, en clair à la vie de votre région.

Je vous remercie.

Intervention présentée par Monsieur Henri SALLANABE,
Confédération Paysanne de Midi-Pyrénées

Monsieur le Président
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

Si l'on retrouve dans cet avis, en pointillé, tous les éléments qui concernent l'agriculture de proximité ainsi que son influence positive sur l'emploi et l'environnement, on peut cependant regretter que l'agriculture ne fasse pas l'objet d'un paragraphe à elle seule.

On ne peut, à notre avis, traiter l'agriculture et sa production alimentaire comme une marchandise comme les autres ; elle est indispensable à la vie, elle est constitutive de sens et de culture, elle façonne nos paysages et nous avons le devoir de garder le potentiel agronomique et paysager de nos terres en bon état pour les générations futures. On ne peut livrer l'agriculture à la main invisible du marché, chère à Adam SMITH.

L'agriculture de proximité et diversifiée, quand elle n'est pas standardisée et industrielle, se reconnaît dans ses diversités géographiques et de terroir. Cette diversité, qui est un handicap pour une agriculture industrielle et standardisée, devient un atout pour l'agriculture de proximité, à condition d'être nécessairement associée à une production de qualité, qui respecte l'environnement et crée des emplois.

La proximité s'entend également en termes de production, il est nécessaire de rechercher une plus grande autonomie sur les fermes ou au moins sur les territoires. On ne peut pas continuer de produire du lait et de la viande avec des protéines qui viennent des États-Unis ou du Brésil où l'on déforeste l'Amazonie pour produire du soja. La proximité évite aux aliments de faire le tour du pays avant d'arriver dans l'assiette des consommateurs ; elle limite les problèmes sanitaires et les fraudes ; elle est plus

économique en énergie ; elle peut dynamiser un territoire, car elle nécessite des paysans nombreux et la mise en place d'équipements de transformation et de distribution bien répartis sur le territoire.

Le concept d'agriculture paysanne, cher à mon syndicat, s'entend dans une démarche de souveraineté alimentaire pour nous, mais aussi pour tous les peuples. Cette démarche se veut moderne, balayant l'idée que le mot paysan soit passéiste et ringard, juste bon pour quelques bobos en mal de nature.

Les défilés d'agriculteurs de cet été nous montrent que le modèle productiviste soumis à la concurrence internationale et dans lequel les agriculteurs sont la variable d'ajustement des industriels, de la grande distribution et même des coopératives, arrive dans une impasse. Celle-là même qui pousse à la concentration des exploitations agricoles, et donc à la disparition des petites et moyennes fermes structurant notre territoire.

Pour cela une autre PAC est nécessaire. Les 10 milliards d'euros que la France reçoit chaque année de l'Europe doivent être réorientés dans le sens d'une agriculture de proximité capable de fournir à tous des produits de qualité (bien manger ne doit pas être un luxe : c'est une exigence de santé publique.)

La Région doit prendre sa part dans cette démarche à travers la gestion du Feader (1,3 milliards sur six ans, tout de même). Elle doit soutenir l'installation de nombreux maraîchers sur la région plutôt que soutenir la production industrielle de tomates sous serres et garantir au plus grand nombre l'accès aux aides en les plafonnant (contrairement à ce qui a été fait pour les aides à l'agriculture biologique).

La Région, mais aussi les départements, les EPCI, les communes et les métropoles peuvent faire le choix de favoriser, à travers les marchés publics, les systèmes alimentaires territorialisés pour donner l'exemple d'une économie circulaire, la seule qui puisse

concilier les trois objectifs majeurs de l'agriculture : produire une alimentation saine et de qualité pour tous, préserver son environnement, maintenir et créer des emplois pour garder les campagnes vivantes.

Je me suis concentré sur la partie agricole de cet avis sans ignorer cependant tout le travail fourni et la pertinence de l'ensemble de la rédaction. Pour tout cela et au nom de la Confédération Paysanne, je voterai cet avis.

Je vous remercie.

Interventions du 2^{ème} Collège
« Représentants des organisations syndicales représentatives des salariés »

Intervention présentée par Monsieur Xavier PÉTRACHI,
pour la CGT, Union Syndicale Solidaires et FSU

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs les Conseillers,
Chers collègues,

J'interviens au nom des Conseillers CGT, Solidaires et FSU.

«Vivre et travailler au pays», nos trois organisations syndicales reprennent à leur compte ce slogan du comité régional CGT de Midi-Pyrénées qui concentre depuis des années nos réflexions et nos actions autour de ce concept.

La CGT, Solidaires et la FSU réaffirment ainsi une détermination sans faille pour un développement industriel, une redistribution des richesses et des gains de productivité issus du travail, le développement des services publics et l'aménagement équilibré du territoire partout en Midi-Pyrénées.

Cet avis sur l'économie de proximité répond en partie à nos attentes revendicatives en la matière, puisqu'il affirme dès son préambule qu'un nouvel équilibre doit être trouvé pour répondre à la nécessité du développement durable territorial en préservant les ressources naturelles, en instaurant une cohésion sociale et une qualité de vie pour tous.

Nous tenons à souligner l'importance, bien marquée dans ce rapport, du maintien et du développement des services publics, au cœur de l'action publique, décrits comme «un élément essentiel de cohésion sociale». Vecteurs d'égalité et de solidarité, ils

permettent de répondre aux besoins fondamentaux des usagers et de corriger les inégalités territoriales.

Par contre, nous restons beaucoup plus critiques sur les Maisons de Services au Public qui risquent dans de nombreux cas d'être un pis-aller, une forme de gestion de la pénurie avec du personnel en nombre et en compétence insuffisants, et donc des services au rabais. Les services publics doivent retrouver les moyens humains et financiers, afin de remplir leurs missions pour une politique publique au service de l'intérêt général.

La CGT, Solidaires et la FSU pensent que l'économie de proximité peut et doit répondre aux besoins des populations, elle doit être source importante d'emplois, en particulier dans la sphère publique, et donc de maillage territorial, notamment dans les zones rurales et de montagne.

Même si nous appelons à une revitalisation en urgence de la capacité productive sur l'ensemble de notre région, nous ne l'opposons pas à une économie présenteielle fondée sur une réponse plus ponctuelle aux besoins des populations.

Il s'agit bien d'avoir une réflexion sur une meilleure articulation des stratégies des territoires en matière économique, notamment à partir des filières économiques de proximité (tourisme, agroalimentaire, bois ...), mais également en s'appuyant sur l'Économie Sociale et Solidaire qui peut transformer l'économie de proximité avec la mise en place des pôles territoriaux de coopération économique. Cela est bien spécifié dans l'avis et pour nous c'est essentiel : une des conditions pour coopérer réside dans la capacité des acteurs locaux à s'accorder autour de réelles orientations stratégiques partagées.

Il faut donc imaginer des modèles plus coopératifs pour échanger, capter, répartir et transformer les ressources en valeur ajoutée pour les territoires.

Des idées surgissent çà et là pour accompagner des initiatives locales, pour accueillir les entreprises, les aider dans leur installation et leur développement, pour dynamiser le commerce local avec la mise en place de circuits courts, de coopératives favorisant la consommation de produits locaux et l'agriculture de proximité, la création de monnaies locales complémentaires.

Tous ces éléments sont susceptibles de contribuer au développement des bassins de vie et d'emploi et de répondre aux besoins des populations de notre région. Mais un point de vigilance est à développer, bien souligné dans l'avis, et qui est essentiel pour nos organisations syndicales : autant l'économie de proximité peut générer de l'activité et des emplois, autant une grande partie de ces emplois sont peu ou pas qualifiés, très féminisés.

Cela se traduit par de la précarité et du temps partiel subi. Leur amélioration, tant sur le plan du statut des salariés, que de la durée des contrats et la revalorisation des salaires, aurait un impact certain sur l'attractivité des territoires en matière de qualité de vie et sur l'économie également.

La CGT, Solidaires et la FSU partagent la recommandation du CESER sur ce point et nous serons d'autant plus vigilants que la conjoncture économique et politique nous engage à l'être. En effet, les nouvelles organisations territoriales, avec des politiques favorisant la métropolisation des territoires au service de la financiarisation mondialisée de l'économie, nous laissent penser qu'un déséquilibre territorial criant risque de voir le jour, entraînant la désertification de zones rurales et de montagne de notre région.

L'avis, qui nous est présenté, a le mérite de proposer des solutions alternatives.

La CGT, Solidaires et la FSU le voteront.

Merci.

Intervention présentée par Madame Marie-Christine ALBARET,
pour la CFE-CGC, la CFDT, la CFTC et l'UNSA.

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,
Chers amis,

Je m'exprime aujourd'hui au nom de la CFE-CGC, de la CFDT, de la CFTC, et de l'UNSA.

À l'ère de la mondialisation, du numérique, de la virtualité en tout genre, les notions de temps et d'espace ont beaucoup évolué et nos sens traditionnels ne suffisent plus à les appréhender. Mais les outils du progrès ne sont pas à rejeter. C'est la façon dont nous les utilisons qui en feront ou non une source de bien-être.

C'est la raison pour laquelle, il nous a paru important d'approcher l'économie dans une dimension plus humaine, que l'on a tendance à oublier ou à minimiser, alors qu'elle est une force tant pour les territoires que pour chacun d'entre nous, car elle s'inscrit dans notre quotidien et dépasse la seule logique financière. Elle est la source d'une économie favorisant le bien-vivre ensemble. Pourtant dans l'inconscient collectif et par méconnaissance, l'économie de proximité se réduit le plus souvent, au commerce et à l'artisanat local, assortis d'un service public minimum, le tout sous perfusion d'argent public. C'est un a priori qu'il faut changer !

Ce rapport a le mérite de : clarifier la notion d'économie de proximité et de donner une définition de celle-ci qui ne l'oppose pas à l'économie productive. Cela suppose, comme vous l'a dit Didier tout à l'heure, de raisonner en termes de flux, qu'il s'agisse par exemple de flux financiers, de prestations, de services, de production de biens et de services, voire de consommation locale. Autant de flux qu'il ne faut pas opposer, mais rendre complémentaires :

- rappeler les composantes institutionnelles, organisationnelles et géographiques de la proximité dont l'articulation fait la spécificité d'un territoire ;
- démontrer qu'il n'y a pas de recette miracle pour que l'économie de proximité soit une réussite, mais qu'il existe néanmoins des ingrédients essentiels quels que soient les territoires ;
- souligner les actions déjà entreprises par la Région et les acteurs locaux ;
- mettre en évidence le chemin qu'il reste à parcourir, oui parce qu'il en reste à parcourir, et qui nécessitera pour tous les acteurs, publics ou privés, de changer de regard afin de repenser et coordonner les actions à entreprendre en les intégrant dans une véritable stratégie globale de développement économique au service de tous. Cela ne saurait être fait sans innovation sociale et sans association des nouvelles technologies.

Il est de notre responsabilité de mettre l'économie de proximité au service de l'humain. Puisque ce rapport a tous ces mérites, nous voterons tous ensemble la CFE-CGC, la CFDT, la CFTC, et l'UNSA ce rapport.

Ensuite et avant de rendre la parole, à titre personnel, mais je ne doute pas que mes collègues s'y associent, au-delà du travail toujours sans faille de notre président et de notre chargé de mission, je voudrais tout particulièrement saluer et remercier notre rapporteur Didier LASCOUMES, qui s'est largement impliqué dans ce rapport et a su tout au long de notre travail être à l'écoute de chacun. Il a lui-même beaucoup insisté sur la dimension humaine de l'économie de proximité.

Je vous remercie.

**Intervention présentée par Monsieur Michel LAMARQUE,
pour Force Ouvrière (FO)**

Monsieur le Président du CESER,
Monsieur le Rapporteur,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

Je vais parler au nom du Groupe Force Ouvrière. Même en prenant en compte sa relative stabilité en Midi-Pyrénées, en particulier grâce aux activités aéronautiques, agro-alimentaires ou médicales, le caractère fluctuant de l'activité de production amène à chercher des solutions visant à lisser les remous que provoquent les cycles économiques. Cette nécessité de faire face à un chômage qui ne se résorbe pas, à une précarité grandissante, à la délocalisation de charges et de travaux pourtant réalisables localement, conduit donc à réfléchir sur les actions que la Région et tous ses acteurs doivent mener afin d'appréhender différemment notre économie territoriale.

La finalité des actions à entreprendre vise donc principalement à résoudre la problématique de la création d'emplois locaux basés sur des activités viables et pérennes, passant à la fois par la captation des revenus des territoires et par la production de biens et de services locaux répondant aux besoins des populations.

Cette vision d'une économie de proximité ne s'oppose en aucun cas à l'économie de production -étant elle-même productive-, mais elle a pour but de parallèlement générer des activités non délocalisables s'appuyant sur l'ensemble des richesses humaines, naturelles, patrimoniales, touristiques, artisanales et autres, disponibles sur le territoire. C'est en ayant constamment à l'esprit ces deux aspects du fonctionnement de l'économie et leur nécessaire complémentarité, qu'il sera possible de voir se

concrétiser les propositions avancées par la Commission dans cet avis.

Mais quelles que soient les voies de développement ou d'ancrage de l'activité, rien de stable et de durable ne saurait exister sans la présence de services publics, dépendants ou non de l'État. La disparition par exemple des bureaux de poste dans les campagnes, ou bien le regroupement vers des communes de plus grande importance des services de gendarmerie, la fermeture de structures de santé (en particulier de maternités), la problématique grandissante des déserts médicaux, des structures de transports publics localement déficients ; tout cela, qui est une réalité aujourd'hui, constitue un frein majeur à toute ambition d'activité locale durable.

Il sera donc indispensable que tous les acteurs assument leurs responsabilités, que les services de l'État, de la Région ou des Départements, mais aussi les services publics de responsabilité privée, montrent une réelle volonté d'assurer leurs missions, sans lesquelles rien ne saurait exister durablement. Quel entrepreneur, quel commerçant, quelle PME, quel fournisseur de services aurait des chances raisonnables de travailler et de se développer en un lieu où les structures publiques sont défaillantes, voire dans certains cas inexistantes ?

C'est pour cela, entre autres, qu'il serait souhaitable d'intégrer ces besoins basiques dans le Schéma Régional de Développement Économique. La Commission, consciente des efforts que le Conseil régional fait déjà en faveur de l'économie en région, souhaite un renforcement de cette politique, repensée et coordonnée avec le futur SRDEII.

Dans le même ordre d'idées, il devient indispensable aujourd'hui de prendre en compte, dans cette volonté de croissance de l'économie de proximité, les difficultés grandissantes des populations ; je parle entre autres de la précarité et de la paupérisation grandissantes. Ces difficultés sont le centre d'une spirale de nivellement par le bas, où la contrainte du pouvoir

d'achat occulte toute autre considération. Il y a longtemps que les entreprises de la grande distribution, elles-mêmes liées par de discutables contrats avec les centrales d'achat, jouent sur ce tableau, où la notion de rapport qualité/prix est devenue systématiquement la recherche du moindre coût.

Mais il est encore possible d'infléchir le cours d'une pratique qu'une minorité a, au fil des années, quasi institutionnalisé. Et pour que l'offre commerciale soit à la hauteur des attentes, pour que dans chaque bassin de vie se développent des initiatives d'économie de proximité pérennes, les différentes structures territoriales doivent profondément s'impliquer. Mutualiser les moyens, aider au financement ou à la mise à disposition de terres agricoles, de locaux professionnels ou commerciaux -en un mot, être acteur de la gestion foncière-, garder un équilibre judicieux entre intérêt général et désengagement de l'action publique, mais aussi privilégier un maillage pertinent et efficace des structures territoriales exerçant une compétence économique, sont autant de pistes à suivre sans lesquelles le but recherché ne saurait être atteint.

Dans le même ordre d'idées, il est tout aussi important de poursuivre le chantier déjà bien avancé de l'accessibilité des territoires au numérique. Que le besoin soit dans le domaine commercial, dans le domaine social, dans celui de la santé, de la coopération inter-métiers, de l'associatif ou encore du travail à distance, la technologie du numérique constitue également un facteur aujourd'hui incontournable d'ancrage de l'activité.

En revanche, il est essentiel de rester très vigilant quant à l'utilisation de ces techniques, lesquelles ont pu montrer leurs limites. Il est très important d'anticiper les modifications qu'elles peuvent induire dans l'organisation et la structure du travail, dans leur impact sur le marché du travail, ou encore dans leur capacité à créer de l'isolement. On ne peut en effet parler de vie associative, et n'avoir de celle-ci que la vision d'un écran d'ordinateur la journée, et celle d'un écran de télévision le soir !

Nous souhaitons sincèrement que les quelques remarques formulées ci-dessus, loin de se poser en objections, soient entendues comme des observations positives ; le but commun étant de faire de l'économie de proximité une véritable force pour notre territoire, y compris dans sa configuration future.

Les propositions que la Commission a évoquées dans le présent avis vont clairement dans le sens de cette démarche d'un renforcement de la dynamique entre les potentialités de la Région, à savoir :

- un meilleur équilibre entre les villes et les territoires ruraux ;
- le développement de l'Économie Sociale et Solidaire ;
- la présence d'activités de production à travers l'implantation de petites et moyennes entreprises qui, non seulement doivent avoir une activité exportatrice, mais aussi satisfaire aux besoins des populations locales ;
- la redynamisation des centres bourgs, des petits commerces et des services ;
- l'agriculture, l'artisanat et le tourisme ;
- des infrastructures et des services publics en phase avec ces ambitions.

C'est en raison des objectifs que décrit cette proposition, réalistes et atteignables, que le groupe Force Ouvrière votera en faveur de cet avis.

Je vous remercie.

Intervention du 3^{ème} Collège
« Représentants des organismes et associations qui participent à la vie collective de la Région »

Intervention présentée par Monsieur Olivier-Ronan RIVAT,
pour le Groupe Associations

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,
Mesdames et Messieurs,

Je n'interviens pas au titre du 3^{ème} collège, mais du groupe «Associations», cela dit j'invite tous mes collègues Conseillers du 3^{ème} collège à partager mes propos, et j'en suis certain. J'interviens pour le groupe Associations du 3^{ème} collège composé des associations de consommateurs, retraités et personnes âgées, familles, parents d'élèves, sports, jeunesse et éducation populaire, environnement, économie sociale et solidaire.

Nous tenons tout d'abord à remercier le travail et l'investissement du Président Daniel THIEBAULT de la commission 2. Nous remercions tout particulièrement l'engagement et la qualité du travail de Didier LASCOUMES, Rapporteur de cet avis, qui a permis, suite à de nombreux débats et échanges avec l'ensemble des composantes du CESER, de réaliser une synthèse constructive et opérationnelle.

Nous tenons à souligner l'importance pour notre groupe de cet avis. L'économie de proximité est un vrai facteur de cohésion sociale, de proximité sociale. Notre approche de l'économie est une approche humaine, celle qui permet la mixité, la convivialité et la fraternité.

C'est aussi une approche strictement économique qui rappelle le rôle des associations dans la production de richesse. L'impact

économique se prête mieux a priori à l'exercice de la quantification, mais plus encore que les échanges économiques produits, la vie associative contribue au développement du capital humain et au rayonnement et à l'attractivité des territoires où elle est ancrée.

Dans la logique de l'Économie Sociale et Solidaire, elles offrent plus à la société locale qu'à l'utilisateur individuel bénéficiant de leur service, qu'il soit marchand ou non.

Les associations ont démontré depuis longtemps leur capacité à développer des activités économiques. Leurs activités se sont construites au plus près des besoins des territoires en apportant aux populations des services de proximité pour leur qualité de vie. Soyons vigilants pour autant, les associations sont fragilisées par un environnement en pleine mutation : réforme territoriale, évolution des modalités de contractualisation, complexification des projets, des partenariats, exigences de montée en compétences. Elles doivent continuer d'innover pour participer au développement des territoires. Les territoires et l'ensemble des acteurs devront donc innover pour maintenir un tissu économique dynamique, redévelopper du lien social et des services adaptés à de nouveaux modes de consommation et de nouveaux besoins sociétaux. Les collectivités doivent tenir compte de cette capacité d'adaptation du tissu associatif local et de son organisation territoriale régionale.

L'avis du CESER, présenté aujourd'hui, reconnaît le rôle essentiel de l'Économie Sociale et Solidaire, et en particulier celui des associations dans ses trois dimensions : économique, sociale et environnementale, et dans sa capacité d'innovation sociale.

On peut noter en particulier, la reconnaissance du principe de consomm'acteur et ses vertus sur l'économie locale ;

- le fait que l'économie circulaire soit plébiscitée ;

- le fait qu'un nouveau modèle agricole soit présenté comme perspective d'avenir avec des termes positifs comme « paysans » ou « circuits courts » ;
- la promotion d'une économie citoyenne : monnaie locale, financements participatifs ;
- le fait de ne pas opposer ville et campagne, développement urbain et développement rural ;
- le fait que les associations culturelles, sportives et d'éducation populaire soient reconnues comme participant aux rayonnements de nos quartiers et de nos villages ;
- la promotion de l'Économie Sociale et Solidaire.

D'une façon générale, les propositions vont dans le bon sens, proposition où l'humain a une place forte et centrale. De même, cet avis répond et questionne sur des enjeux multiples comme la mobilité, le travail, l'urbanisation, tout comme il ouvre des voies de réflexion sur les modes d'échanges à réinventer entre individus ou groupes d'individus pour de nouvelles dynamiques territoriales.

En conclusion, le groupe «Associations» votera l'avis du CESER.

Je tiens juste à préciser, je ne sais pas s'il est encore possible de le corriger, que c'est en tant que Vice-président de la Chambre régionale de l'Économie Sociale et Solidaire que j'ai été auditionné. Si cela peut être corrigé encore, je vous en remercie.

Intervention du 4^{ème} Collège
« Personnalités qualifiées nommées par le Préfet de région »

Intervention présentée par Madame Valentine BOÉ
pour les personnalités qualifiées

Cher Président,
Chers Conseillers,

Cet avis complet et bien construit aurait mérité de bénéficier d'un paragraphe sur la culture. La culture est aussi un levier économique au service des territoires et de leur attractivité. Les territoires de la nouvelle grande Région sont maillés par des initiatives associatives et culturelles qui permettent le développement économique de proximité, et également l'arrivée de nouveaux habitants créateurs d'innovations.

Nous voulons souligner ce point qui n'a pas été plus longuement développé dans cet avis.

Le collège 4 votera cet avis. Merci.