

L'observatoire des Territoires d'industrie

présente :

son 21^e séminaire

DÉPLOYER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LES TERRITOIRES POUR SOUTENIR LA RÉINDUSTRIALISATION

AVEC

Camille BROU

Chargée de mission Territoires d'industrie,
Caux Seine développement

Magali DENOYELLE

Chargée de mission Fonds régional des territoires et Projet alimentaire territorial,
Pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) Auxois Morvan

Alain MATHIEU

Directeur général, service Économie, services à la population, santé,
Pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) Auxois Morvan

Fabien NADOU

Professeur associé en développement territorial et en économie régionale,
EM Normandie

Le 1er février 2022

EN BREF

Les nouvelles technologies, en particulier le numérique, sont un levier majeur de réindustrialisation en tant que sources potentielles de compétitivité et d'emplois. Pourtant, leur déploiement dans les petites et moyennes entreprises industrielles reste insuffisant. C'est pourquoi certains territoires se sont saisis de la question numérique et accompagnent aujourd'hui les acteurs locaux dans cette transformation. À travers ce séminaire, nous explorons les actions mises en œuvre sur deux territoires afin de digitaliser l'industrie. C'est aussi l'occasion de souligner les défis liés à cette transformation : comment mettre le numérique au service de l'économie de proximité ? Comment favoriser l'accès du numérique à tous les acteurs locaux ? Comment gérer les risques associés aux nouvelles technologies ?

Compte rendu rédigé par Elisabeth Bourguinat

L'observatoire des Territoires d'industrie est un projet financé par la Banque des Territoires, l'Institut pour la Recherche de la Caisse des Dépôts, La Fabrique de l'industrie, l'Agence nationale de la cohésion des territoires, et Intercommunalités de France, mis en œuvre par la Fondation Mines ParisTech et La Fabrique de l'industrie.

EXPOSÉ

Alain Mathieu

Le PETR (pôle d'équilibre territorial et rural) Auxois Morvan recouvre 6 communautés de communes, situées sur la partie nord-ouest de la Côte d'or, en Bourgogne. Ce territoire, qui compte 211 communes et 58 000 habitants au total, est majoritairement rural et centré sur l'agriculture, avec quelques bourgs-centres comme Montbard, Venarey-Les-Laumes ou Semur-en-Auxois.

En tant que territoire pilote, nous avons été parmi les premiers à être labellisés Territoire d'industrie dès le mois de novembre 2018. Les industries qui ont motivé ce label sont notamment celles de la Metal Valley, dans le secteur de Montbard et de Venarey-Les-Laumes. On trouve parmi elles Vallourec, un fabricant de tubes en acier sans soudures qui travaille, notamment, pour le secteur du nucléaire.

1 Petites entreprises et numérique dans l'Auxois Morvan

À l'issue du premier confinement, en juin 2020, la région Bourgogne Franche-Comté a mis en place un Fonds régional des territoires, conçu comme une déclinaison régionale du Plan de relance. Lorsqu'une communauté de communes accordait 1 euro d'aide directe aux artisans et commerçants afin de leur permettre de se relancer, le Fonds ajoutait 3 euros supplémentaires.

En septembre 2020, le président du PETR a estimé qu'il ne fallait pas se contenter des aides directes et a proposé aux présidents de communautés de communes de mutualiser ces fonds afin de mener des actions collectives en faveur des entreprises de 0 à 10 salariés. L'objectif était de financer de l'ingénierie pendant au moins une année (c'est ce qui a permis l'embauche de Magali Denoyelle en 2021) et, plutôt que de se limiter à une réponse immédiate à la crise sanitaire, de prévoir des actions sur la durée afin de permettre à notre économie de proximité d'être mieux armée en cas de nouvelle crise.

C'est dans le cadre de la mise en œuvre du Fonds régional des territoires que nous avons pris conscience du retard important des petites entreprises en matière de numérique. Pour les grandes entreprises de la Metal Valley, la question ne se pose plus : elles ont franchi le cap. En revanche, 90 % des entreprises de notre territoire sont unipersonnelles et la plupart de ces entrepreneurs, non seulement n'ont pas pris le virage du numérique, mais n'en voient pas l'intérêt : « C'est compliqué, ça ne sert à rien, je n'ai pas le temps. » Comme le président du PETR est, par ailleurs, vice-président de la région chargé du numérique, il a proposé de mettre l'accent sur un accompagnement des petites entreprises dans ce domaine afin de les aider à monter en compétence.

Le Fonds régional des territoires n'a été mis en place, initialement, que pour un an, mais la région Bourgogne-Franche-Comté réfléchit aujourd'hui à la possibilité de pérenniser ce dispositif, quitte à l'aménager.

2 Le recensement des besoins

Magali Denoyelle

Nous avons commencé par recenser les besoins des petites entreprises, non seulement en matière de numérique mais, plus largement, pour faire face à la crise et relancer leurs activités. Trois demandes principales se sont exprimées : un besoin de trésorerie, un accompagnement technologique et un accompagnement commercial.

Pour la plupart de ces entreprises, le numérique était perçu essentiellement comme un outil permettant de commercialiser leurs produits sur Internet. Nous avons essayé de leur faire prendre conscience que l'on pouvait également inclure le numérique dans ses habitudes de travail et ses outils de production, que ce soit pour gérer l'entreprise, réaliser des devis, créer du lien avec sa clientèle en étant présent sur les réseaux sociaux, et que, en matière de commercialisation sur Internet, l'approche n'est pas binaire (« Soit on vend sur un site Internet ou sur Amazon, soit on vend en boutique ») : on peut vendre à la fois sur Internet et en boutique, si la typologie des marchandises s'y prête et, lorsqu'on vend en ligne, cela peut être aussi bien sur le marché international que national.

Alain Mathieu

En discutant avec les entrepreneurs, il est rapidement apparu que, pour certains, un site Internet pouvait être intéressant, alors que pour d'autres, une simple page Facebook pouvait suffire. De façon générale, les commerçants étaient plus enclins à mobiliser des outils numériques que les artisans. Un plombier, par exemple, n'a pas nécessairement besoin de ce genre d'outil pour développer pleinement son activité.

3 Des actions de sensibilisation, puis de formation

Magali Denoyelle

Nous avons commencé par les inviter à une conférence de sensibilisation aux outils du numérique, présentée par Salah-Eddine Benzakour, co-auteur de l'ouvrage *21 clés pour activer la transformation numérique de votre entreprise*. Coach de nombreuses enseignes très connues, il a eu le mérite de savoir adapter son discours aux petites entreprises. Cette première étape était destinée à susciter l'adhésion qui, seule, peut entraîner le passage à l'action et nous allons, maintenant, démarrer les actions de formation.

Généralement, ce type de programme se déroule à 40 ou 70 kilomètres de notre territoire, mais nous avons fait en sorte que les intervenants viennent sur place. Il s'agit tantôt d'acteurs privés du territoire, tantôt d'intervenants envoyés par les chambres consulaires. Celles-ci ont l'habitude de proposer des formations uniquement à leurs ressortissants, mais elles ont accepté d'ouvrir

ces formations à l'ensemble des entreprises, de sorte qu'un entrepreneur relevant de l'industrie pourra recevoir une formation délivrée par la chambre d'agriculture.

Pour mettre ces formations à la portée de tous, nous avons décidé de les décliner en ateliers d'une heure et demie, plus accessibles que des journées complètes ou même des demi-journées. En une heure et demie, on n'a pas le temps d'approfondir beaucoup, mais cela permet de donner un niveau d'information supplémentaire et, à l'issue, de proposer un deuxième rendez-vous. L'objectif est de ne pas laisser la personne se retrouver à nouveau seule devant son ordinateur mais de lui permettre d'identifier quelqu'un (en l'occurrence moi, pour le moment) qui sera la porte d'entrée vers la personne qui pourra répondre à ses questions.

Parmi les actions de formation, nous avons prévu des séances au cours desquelles des acteurs du territoire viendront expliquer à leurs pairs pourquoi il est intéressant d'avoir un site en ligne et de se rendre visible sur les réseaux sociaux, en illustrant leurs propos par des exemples concrets d'entreprises connues sur le territoire. Un pair est souvent plus convaincant qu'un "sachant"...

Alain Mathieu

Au cours de nos échanges avec les entrepreneurs, nous avons compris que cette notion d'accompagnement, au moins pendant la première année, est un élément déterminant pour les aider à franchir le pas : « Une formation one shot, ça ne sert à rien, parce qu'ensuite je vais retomber dans les mêmes difficultés, entre mon business à faire tourner, ma compta, ma com, qui font que je n'ai pas le temps d'aller sur Internet. Mais si j'ai quelqu'un qui m'accompagne, alors je veux bien me lancer. »

4

Des casiers connectés

Alain Mathieu

Pendant le confinement, les consommateurs se sont rapprochés de leurs commerces de proximité. Il est ainsi apparu que, si certains ne faisaient pas leurs achats à proximité, cela ne signifiait pas qu'ils étaient insensibles à la notion de circuit court, mais qu'ils manquaient de temps car lorsqu'ils rentrent du travail le soir, les magasins locaux sont souvent déjà fermés.

Magali Denoyelle

Une fois que les habitants ont pu retrouver une mobilité normale, ils ont repris leurs habitudes de consommation et les commerces de proximité ont vu la clientèle repartir vers la grande distribution. Entre-temps, pendant la pandémie, certains avaient commencé à mettre en place, de façon parfois un peu artisanale, des outils de click & collect, y compris par téléphone. Nous avons souhaité les aider à professionnaliser ces pratiques.

Quatre communautés de communes ont investi dans des casiers connectés implantés à proximité de la gare. Ces casiers peuvent être alimentés par les commerçants à toute heure, et les clients peuvent également récupérer les marchandises à l'heure où ils le souhaitent. Les commerçants qui ne souhaitent pas se doter d'un site Internet ni vendre en ligne peuvent utiliser le casier pour déposer des produits à l'attention de clients qu'ils connaissent déjà, et avec qui ils se sont mis d'accord par téléphone.

Ces casiers sont également destinés aux PME industrielles qui peuvent, par exemple, déposer une pièce détachée destinée à un agriculteur qui viendra la récupérer en dehors des horaires de la boutique.

5 Des cartes de fidélité et une place de marché

Magali Denoyelle

Nous avions un autre projet qui, malheureusement, n'a pas pu être mis en place. Il s'agissait d'une carte de fidélité digitale valable sur une place de marché numérique incluant les commerces du territoire.

Cette carte nous aurait permis de dynamiser l'économie de proximité en permettant aux grosses entreprises du territoire de fléchir vers le commerce de proximité les chèques-cadeaux accordés aux salariés au moment des naissances ou de Noël. Pour qu'un territoire soit attractif pour l'industrie, il faut qu'il le soit aussi pour les habitants et, de ce point de vue, il peut être intéressant pour les grosses entreprises de soutenir le commerce de proximité. De plus, ce dispositif aurait renforcé les liens entre grandes et petites entreprises, les premières ayant souvent une grande puissance financière mais étant déconnectées du commerce local.

Alain Mathieu

L'idée de la place de marché n'était pas tant de permettre aux commerçants de s'en servir pour vendre leurs produits que de donner une identité territoriale. En travaillant avec les différentes communautés de communes, nous nous sommes rendu compte que quelqu'un qui habite à Semur-en-Auxois a souvent le réflexe d'aller à Dijon acheter ce qu'il ne trouve pas dans sa commune, alors qu'il trouverait peut-être ce produit à Arnay-le-Duc, à dix kilomètres de chez lui. La place de marché lui donnerait accès à l'ensemble de l'offre disponible sur le territoire. Malheureusement, nos élus se sont montrés frileux sur ce projet, car créer une place de marché aurait exigé de mettre en place une animation permanente.

Magali Denoyelle

Nous gardons en revanche le projet de carte de fidélité, qui nécessiterait un peu d'animation au moment de sa mise en place mais pourrait, ensuite, s'appuyer sur les unions commerciales du territoire.

6 Les actions menées par Caux Seine développement

Camille BROU

Le Territoire d'industrie Axe Seine est composé de 7 EPCI (établissements publics de coopération intercommunale) : Métropole Rouen Normandie, Communauté d'agglomération Seine-Eure, Communauté de communes Lyons Andelle, Le Havre Seine Métropole, Évreux Portes de Normandie, Seine Normandie Agglomération, et Caux Seine Agglo, dont dépend l'agence Caux Seine développement, pour laquelle je travaille.

Ce Territoire d'industrie a la particularité d'être très étendu : il va du Havre jusqu'aux portes de l'Île-de-France. À la fois urbain, avec des villes comme Le Havre ou Rouen, et en grande partie rural, il est fortement industrialisé (automobile, pétrochimie, chimie fine, logistique, aéronautique, énergie...) et confronté à un important enjeu de décarbonation, car l'axe Seine représente environ 15 % des émissions de CO2 en France.

En 2021, nous avons réalisé une étude sur l'appropriation du numérique par les entreprises du territoire. Leur perception du numérique est assez bonne et il n'existe pas à ce sujet de craintes ni de préjugés particuliers, à l'exception des préoccupations sur la gestion du risque industriel.

Le terreau paraissant assez favorable, nous avons mis en place des actions correspondant aux différentes cibles identifiées sur le territoire et destinées à accompagner leur montée en compétences sur le numérique.

Une place de marché

Dès avant la pandémie, Caux Seine Agglo avait décidé de mettre gratuitement une place de marché numérique à la disposition des commerçants et artisans du territoire. Sa mise en œuvre a été accélérée par la pandémie mais, rapidement, nous nous sommes rendu compte que les commerçants comme les artisans avaient besoin de formations sur l'utilisation de cette plateforme et sur sa gestion au quotidien.

Caux Seine Agglo a donc instauré un système de formation gratuite pour tous les nouveaux entrants. Il s'agit à la fois d'une formation technique, pour apprendre, par exemple, comment mettre les produits en ligne, et d'une formation marketing (savoir mettre ses produits en valeur, organiser des promotions, animer sa communauté de clients, etc.). Ces formations sont individuelles et personnalisées, ce qui prend du temps et nécessite des moyens humains importants.

Des petits-déjeuners thématiques

Pour les entreprises en dehors du commerce et de l'artisanat, nous valorisons les outils numériques à l'occasion de petits-déjeuners thématiques. Nous avons abordé, par exemple, le marketing digital, les nouveaux outils d'agilité, les innovations RH, les innovations organisationnelles, la gestion de l'image, la gestion des outils informatiques. Ces rencontres ont un peu pâti du Covid mais elles étaient très appréciées, à la fois parce qu'elles apportaient des réponses aux questions très concrètes des entrepreneurs, et parce qu'elles leur permettaient de mieux se connaître entre eux et de développer leur réseau. Nous espérons pouvoir reprendre bientôt ces rendez-vous dont les entreprises sont très demandeuses.

Une plateforme emplois

Le service de Caux Seine Agglo dédié à l'emploi et à la formation, baptisé la Maison des compétences, propose aux entreprises qui le souhaitent, mais aussi aux particuliers, des formations relatives à l'utilisation de la plateforme emplois qui a été mise en place par le territoire.

Un Fablab

Il y a deux semaines, nous avons ouvert un Fablab qui est géré par l'agence de développement économique et vise à promouvoir l'innovation dans la conception et la fabrication des produits. Nous organisons cinq sessions par semaine et pour l'instant, elles sont toutes complètes. Elles

sont fréquentées essentiellement par des particuliers, qui viennent découvrir l'endroit et les nouveaux usages potentiels liés à cette structure.

L'accompagnement des grandes entreprises

Les grandes entreprises industrielles présentes sur le territoire n'ont pas particulièrement besoin de formation au numérique. En revanche, une personne de l'agence, dédiée au numérique et à l'innovation, peut les accompagner lorsqu'elles répondent à des appels à projets, pour les mettre en relation avec des opérateurs de l'État.

Une étude spécifique pour les acteurs de la logistique

Les entreprises de logistique, nombreuses sur notre territoire, se sont montrées particulièrement intéressées par la façon de rendre le numérique plus efficient à l'échelle de l'ensemble de la filière. Nous venons de commencer un travail avec un bureau d'études pour analyser de quelle façon accompagner cette démarche.

Vers des synergies en écologie industrielle ?

Des entreprises relevant de différents secteurs d'activité et de plusieurs territoires de l'Axe Seine nous ont demandé de travailler sur la mise en place de dispositifs d'écologie industrielle et, dans un premier temps, de détection de synergies potentielles. Nous allons utiliser des outils numériques spécifiques pour identifier et quantifier les flux de matières qui pourraient être concernés.

La cybersécurité

Nous défendons l'idée que plus une entreprise investit dans le numérique, plus elle doit investir également dans la défense numérique, car les risques industriels peuvent être énormes. Nous avons augmenté le nombre d'actions de sensibilisation à la cybersécurité et à la défense numérique sur le territoire, aussi bien en direction des entreprises que des collectivités et des habitants.

Nous organisons chaque année une manifestation qui rassemble la collectivité, les plateformes d'industriels du Havre et de Caux Seine Agglo, le MEDEF, la DGS (Direction générale de la sécurité intérieure) et l'ANSSI (Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information), en partenariat avec le site Cybermalveillance.gouv.fr, pour faire le point sur les nouveaux risques, car les attaques d'aujourd'hui ne sont pas les mêmes qu'hier, et sur les moyens de défense à mobiliser.

Une fois par an, également, nous organisons une Semaine de la sécurité, avec une journée dédiée à la cybersécurité. Les actions prévues lors de cette journée sont destinées à trois types de cibles : les particuliers ; les entreprises et collectivités en tant qu'employeurs ; les salariés et les élus, afin de les inciter à adopter les bonnes pratiques du numérique. Nous essayons, entre autres, de les inciter à la "bienveillance numérique" : lorsqu'une entreprise est victime d'une cyberattaque, le réflexe des autres entreprises est souvent de critiquer l'entrepreneur (« Tu n'avais qu'à mieux t'organiser ou à être mieux accompagné ! ») plutôt que de faire preuve de solidarité.

Nous avons par ailleurs mis en place des outils financiers pour permettre la réalisation d'audits de cybersécurité dans les PME et TPE. Nous en proposons de deux types. Le premier consiste à mener une simulation de phishing (ou hameçonnage) dans une entreprise afin de tester le comportement des salariés et les sensibiliser aux bonnes pratiques. Ce type d'opération est

financé à 80 % par la collectivité et le reste à charge s'élève à 150 euros. Un deuxième type d'audit vise à analyser les outils mis en place par les entreprises, car nous nous sommes rendu compte que certaines font appel à des sociétés de cybersécurité qui ne s'avèrent pas fiables, et elles ont parfois de mauvaises surprises.

7 La coopération inter-entreprises

Dans les années 1970, les grandes entreprises industrielles du territoire ont fondé l'Association des entreprises de Port-Jérôme et de sa région (AEPJR). Au fil du temps, l'association a accueilli dans ses rangs des entreprises de plus petite taille. L'AEPJR s'est emparée depuis longtemps déjà des questions de numérique, de cybersécurité et d'innovation, et il est très important que les entreprises de différentes tailles puissent échanger dans ce cadre.

Par ailleurs, nous avons créé un espace de coworking qui regroupe actuellement une vingtaine de membres, parmi lesquels des porteurs de projets de start-up dont certains sont, ensuite, accueillis par Normandie Incubation. Au sein de cet espace, nous essayons de créer une culture de coopération, de bienveillance, de responsabilité, en particulier à travers des petits-déjeuners que nous avons également mis en place dans ce cadre.

Au passage, nous nous sommes rendu compte que certains salariés résidant sur le territoire et travaillant ailleurs souhaitent pouvoir télétravailler depuis cet espace de coworking, dans un environnement sans doute plus adapté que leur domicile. Nous sommes en train de tester cette possibilité, qui permettra peut-être d'enrichir encore cette communauté.

8 Encourager l'innovation

Nous essayons enfin de sensibiliser les élus aux enjeux de l'innovation sur le territoire, notamment à travers des séminaires organisés avec le réseau Retis. Notre tissu industriel est encore très lié à la pétrochimie et il apparaît nécessaire de le diversifier. Les élus sont bien conscients que cela passera par l'innovation, mais comment attirer des entreprises innovantes ? Pour essayer de répondre à ce défi, nous sommes en train de monter un projet de démonstrateur qui sera implanté à l'entrée de la zone industrielle de Port Jérôme et constituera le chaînon, souvent manquant, entre la conception d'un procédé et son industrialisation. Ce démonstrateur a fait l'objet d'une demande commune à plusieurs EPCI et nous espérons qu'il contribuera à faciliter l'installation d'entreprises innovantes sur le territoire.

9 L'importance du diagnostic initial

Fabien NADOU

Certains territoires n'ont pas attendu les grands programmes sur la numérisation de l'industrie ou l'industrie 4.0 pour se mettre en ordre de marche. Sans doute le dialogue entre élus et industriels

était-il plus efficace dans ces territoires qu'ailleurs. La culture économique était davantage partagée et la coopération avait commencé depuis plus longtemps.

Par ailleurs, certains territoires ou secteurs d'activité n'ont pas nécessairement besoin de s'engager dans le "tout numérique". Comme l'a indiqué Alain Mathieu, pour certaines activités, une page Facebook ou un site internet peuvent suffire.

En revanche, la grande industrie a besoin de se réinventer et d'engager une transition numérique de bien plus grande ampleur. Les nouvelles technologies sont incontournables, en particulier, pour transformer les modèles économiques linéaires que nous connaissons depuis cent cinquante ans et les rendre plus vertueux.

Il est donc important, au démarrage d'une opération d'accompagnement à la transition numérique, d'établir un dialogue entre acteurs publics et privés afin de poser un diagnostic partagé. On peut ensuite définir des orientations permettant aux entreprises de se positionner en fonction de leurs besoins réels, plutôt que de construire une politique qui ne serait qu'une coquille vide, où l'on offrirait du numérique à tout le monde et où personne ne s'en servirait. C'est un travail de longue haleine, nécessitant un accompagnement individualisé de chaque entreprise.

10

Économie de proximité ou économie territoriale ?

Je voudrais soulever un point de vigilance à propos de la notion d'"économie de proximité". Beaucoup de nos concitoyens, lorsqu'ils commandent un produit sur une grande plateforme connue mondialement et reçoivent leur colis en moins de 24 heures, ont l'impression d'avoir affaire à une "économie de proximité", et ne se rendent pas forcément compte que leur achat met en péril les commerces locaux. Peut-être vaudrait-il mieux parler d'économie territoriale ?

11

À propos des espaces de coworking

Les espaces de coworking et les tiers-lieux sont à la mode : on en voit fleurir un peu partout grâce aux grands programmes nationaux. Toute la question est de savoir quel type de coopération ils peuvent réellement permettre entre les différents acteurs du territoire.

Je ne suis pas certain, par exemple, que des salariés venant télétravailler dans ces espaces aillent discuter dans les couloirs avec les utilisateurs du Fablab, ni que cela provoque des innovations croisées. Pour que de vraies coopérations se produisent, la question de l'animation de ces lieux est primordiale, or elle a un coût, ce qui pose aussi la question du modèle économique : les employeurs des télétravailleurs accepteront-ils de contribuer au financement de ces espaces de coworking ?

12

Articuler les différents dispositifs

Il existe déjà de nombreux programmes et plans pour encourager la numérisation de l'appareil productif, que ce soit au niveau régional, national ou européen. Toute la question est de savoir comment les initiatives portées au niveau des territoires peuvent s'articuler avec ces différents dispositifs, et comment les territoires peuvent assurer l'intermédiation. Comment, par exemple, arrimer les initiatives des Territoires d'industrie avec la French Tech, avec les pôles de compétitivité, avec les anciens pôles d'excellence rurale, avec les grappes d'entreprises ?

13

Attirer les jeunes vers l'industrie

Pendant des années, lorsqu'on parlait de désindustrialisation, on oubliait qu'à côté de pans entiers de l'industrie qui disparaissaient dans certains territoires, les outils de formation liés à cet écosystème fermaient également. Inversement, à l'heure actuelle, où l'on parle de relocaliser des entreprises industrielles dans nos territoires, on oublie souvent de se demander avec quelles personnes ces entreprises vont pouvoir fonctionner, et comment attirer les jeunes vers les métiers de l'industrie et leur permettre d'accéder aux formations correspondantes.

Les écoles de production actuellement mises en place dans le cadre du programme Territoires d'industrie sont appelées à jouer un rôle essentiel pour permettre aux acteurs industriels de trouver des formations adaptées à leurs besoins et contribuer à la reconstruction d'un écosystème industriel. Cela dit, reconstituer une main-d'œuvre adaptée à l'appareil productif et qualifiée dans les nouveaux métiers de l'industrie 4.0 et du numérique prendra au moins une dizaine d'années, si ce n'est davantage.

La première étape pour attirer vers ces métiers non seulement des jeunes mais des personnes en reconversion, c'est de parler davantage de l'industrie, ainsi que des capacités industrielles de notre pays. La pandémie a joué un rôle positif en remettant cette question au goût du jour.

Il faut, par ailleurs, transformer la perception des métiers de l'industrie. L'ouvrier spécialisé d'aujourd'hui n'est plus celui du taylorisme ou du fordisme. Il dispose de compétences lui permettant de répondre aux défis du numérique et sait utiliser une machine équipée des nouvelles technologies. La formation doit être le catalyseur qui permettra d'embarquer les nouvelles générations dans l'utilisation de ces nouvelles technologies pour leur future activité professionnelle.

1 **Quelle est l'échelle pertinente pour la transition numérique ?**

Un intervenant

Un Territoire d'industrie regroupe plusieurs intercommunalités, dont les profils et les besoins peuvent être assez différents. Comment définir des actions adaptées à l'ensemble de ces intercommunalités ? Ne faudrait-il pas leur laisser la responsabilité de l'accompagnement de la transition numérique ? En d'autres termes, le Territoire d'industrie représente-t-il l'échelle d'intervention pertinente dans ce domaine ?

Alain Mathieu

Notre démarche de sensibilisation au numérique a débuté dans le cadre de la mise en œuvre du Fonds régional des territoires, mais c'est au niveau du Territoire d'industrie, et de façon transversale par rapport aux différentes intercommunalités, que nous nous sommes emparés des questions de la formation et du recrutement. Dans un Pôle d'équilibre territorial et rural comme le nôtre, chaque communauté de communes ne dispose pas forcément d'agents de développement économique, et n'a pas nécessairement la capacité à traiter ces sujets. L'une des vertus des Territoires d'industrie est justement de permettre d'identifier les difficultés des uns et des autres et de chercher ensemble des solutions transversales et complémentaires.

Magali Denoyelle

Travailler à l'échelle du Territoire d'industrie permet également d'éviter d'épuiser les partenaires, ce qui risquerait d'arriver si nous demandions, par exemple, à nos interlocuteurs de l'UIMM de rencontrer chacune de nos intercommunalités. Par ailleurs, nous n'avons pas un nombre d'entreprises suffisant pour justifier de travailler à l'échelle de l'intercommunalité. Peut-être en va-t-il autrement pour Caux Seine développement ?

Camille Brou

De notre côté, avec 7 EPCI différents, nous nous heurtons à la difficulté de coordonner et fédérer tous les acteurs...

Il n'y a sans doute pas d'échelle parfaitement adaptée à tous les cas de figure, et on doit sans doute faire une différence entre les territoires très industriels et les territoires plus ruraux. L'avantage du programme Territoires d'industrie est qu'il s'agit d'un dispositif très souple, avec un panel d'outils variés et des marges de liberté importantes.

2

Le numérique au service de l'économie circulaire ?

Un intervenant

Le fait d'apprendre aux petites entreprises à se familiariser avec les outils numériques pourrait-il constituer une première étape pour la mise en place d'une économie circulaire ?

Magali Denoyelle

Le numérique permet de développer l'interconnaissance entre différents acteurs et différents secteurs d'activité, mais la difficulté est toujours la même : la nécessité d'animer les plateformes si on veut qu'elles vivent et se pérennisent. C'est ce qui a bloqué notre projet de place de marché locale. Dans nos rêves les plus fous, nous envisagions même de créer une plateforme territoriale, à laquelle tous les habitants et toutes les entreprises pourraient accéder pour découvrir ce que font les uns et les autres... En milieu rural, cela paraîtrait un outil particulièrement précieux.

3

Rester ouvert sur le monde extérieur

Fabien Nadou

On ne peut qu'être favorable aux systèmes d'économie circulaire mais il ne faut pas oublier que le succès des grandes plateformes est toujours peu ou prou lié à leur caractère oligopolistique : plus elles attirent de monde, et plus elles fonctionnent. À l'inverse, une plateforme repliée sur son territoire risque, assez rapidement, de tourner en rond car elle n'intéressera pas suffisamment d'acteurs. Les projets de développement territorial sont destinés à permettre à des acteurs locaux de se regrouper face à un problème productif inédit mais ils doivent le faire en restant ouverts sur le monde extérieur.

Alain Mathieu

Il faut faire preuve de réalisme et de pragmatisme. Si une entreprise trouve sur son territoire un fournisseur répondant à ses besoins, tant mieux. Si elle doit aller le chercher à 300 kilomètres, elle le fera. Ce que nous avons découvert à travers notre travail de l'an dernier, c'est la grande méconnaissance mutuelle des acteurs du territoire et de leurs capacités respectives.

4

Numérique et financement participatif

Camille Brou

En tant qu'outil de visibilité, le numérique peut aussi permettre de mener des actions de financement participatif. Sur notre territoire, nous avons mis en place, de façon ponctuelle, une plateforme dédiée au financement participatif de projets locaux des habitants du territoire. Elle a suscité un grand engouement et nous allons probablement recommencer l'an prochain.

5

L'écart entre petites et grandes entreprises en matière de digitalisation

Un intervenant

Dans le pays Auxois Morvan, comment gérer l'écart, en matière de digitalisation, entre les grands groupes de la métallurgie et le tissu d'entreprises unipersonnelles ?

Alain Mathieu

Les grandes entreprises ont pris depuis longtemps le virage du numérique, qu'elles utilisent d'abord et surtout dans leurs outils de production et dans les fonctions supports, bien plus que dans leur communication. La plupart des petites entreprises, au contraire, envisagent le recours au numérique essentiellement pour leur communication et ont besoin d'être accompagnées. Cela dit, l'écart entre les unes et les autres n'a rien de dramatique et n'a pas besoin d'être résorbé. Chaque entreprise doit faire du numérique l'usage dont elle a besoin. Le numérique peut répondre aux besoins des grands groupes de la Metal Valley aussi bien qu'à ceux du plombier du village.

CONTACT

■ ACCUEIL

01 56 81 04 15
info@la-fabrique.fr

■ EVENEMENTS & PARTENARIATS

Hélène Simon - 01 56 81 04 18
helene.simon@la-fabrique.fr

■ RELATIONS PRESSE

Mathilde Jolis - 01 56 81 04 26
mathilde.jolis@la-fabrique.fr

