

n° 9- décembre 2001



La FNAU fait le point sur les dynamiques de développement territorial liées à L'ECONOMIE DE L'INFORMATION



Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont aujourd'hui au cœur des dynamiques de développement territorial. Elles bouleversent les organisations et les modes de management, transforment les relations entre entreprises, modifient le rapport offre-demande et font évoluer la relation entre pouvoirs publics et citoyens-consommateurs. Grâce à Internet, il est aujourd'hui possible de concilier l'économie de proximité et l'économie globale et d'offrir l'opportunité d'un marché mondial à un savoir-faire local. Même si son essor a connu quelques aléas ces dernières années, l'économie de l'information offre un levier exceptionnel de développement pour les territoires qui s'en emparent...

Les collectivités locales françaises ont très vite été conscientes du rôle des technologies modernes de communication. Elles se sont efforcées de catalyser les initiatives et de mettre en place l'environnement technologique, éducatif et humain de nature à assurer l'épanouissement de " l'économie de l'information " dans leurs territoires. Elles ont élaboré des stratégies différenciées pour en favoriser l'essor : implantation de réseaux à haut débit, développement des usages d'Internet dans la population et les entreprises, création de pôles d'activité fondés sur ces technologies

...

Les agences d'urbanisme ont très souvent été à l'origine des démarches entreprises par les collectivités locales dans ces domaines, qu'il s'agisse de mettre en place des observatoires, d'assurer une veille technologique ou de faire connaître les expériences les plus intéressantes menées dans d'autres villes et d'autres pays. Elles ont souhaité faire le point sur les stratégies de développement territorial liées à l'économie numérique et c'est dans cet esprit que la Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme (FNAU) a organisé le 24 octobre 2001 à Paris un colloque national sur le thème "Économie de l'information : quels défis pour les territoires ?".

Afin de préparer cette Journée, le Club Eco-Fnau (où se retrouvent les économistes des agences) a rassemblé l'information de base sur ce secteur nouveau d'activité et ses dynamiques récentes d'évolution. Le Colloque lui-même a réuni un large public composé de cadres nationaux et territoriaux, de techniciens des agences, de consultants, de représentants des milieux professionnels et économiques... Il a permis d'entendre des experts de la " nouvelle économie ", de présenter des projets français et européens et de recueillir des témoignages d'élus et de responsables locaux. La matière ainsi rassemblée est apparue suffisamment riche pour faire l'objet d'une publication. On trouvera dans le présent Dossier FNAU un bilan rapide des de l'économie numérique, dressé par le Club Eco-Fnau ainsi qu'une synthèse des exposés et des débats de la Journée.

LA VAGUE NUMERIQUE : QUELLES REALITES ?

La réunion de l'informatique et des télécommunications dans la toile tissée par l'Internet s'inscrit dans la longue liste des innovations, dont les jaillissements successifs ont ponctué la diffusion généralisée de la révolution industrielle. Comme le chemin de fer, la distribution de l'électricité, le téléphone, la radio, l'automobile, l'avion ou l'électro-ménager, l'apparition de la vague numérique a suivi le mode "éruptif" propre à chacune de ces innovations. Apparue dans le sillage de l'informatique et de ses développements, l'économie numérique est née de la convergence entre la micro-informatique, la dérégulation des réseaux téléphoniques et l'ouverture aux usages civils du réseau Arpanet, inventé à l'origine pour des besoins militaires américains et ouvert sous le nom d'Internet. Elle s'est épanouie d'abord aux USA, au point d'y apparaître comme le levier d'une " nouvelle économie " .

Une forte dépendance aux cycles économiques

Comme toute activité émergente (les chemins de fer n'ont pas, en leur temps, échappé à cette loi), la "Net-économie" a amplifié les variations conjoncturelles et manifesté sa dépendance tant à l'égard des marchés financiers qu'à celle des consommateurs (sans laquelle produits et services ne se vendent pas). Ainsi, profitant de la croissance générale de l'économie américaine des années 90, la "Net-économie" a accompagné l'enrichissement des ménages, à la faveur des gains boursiers et des facilités de prêt. L'équipement des ménages en micro-informatique et en connexions Internet a bénéficié de l'appétit marqué de la société américaine pour l'innovation. Le goût prononcé d'une partie croissante de la population pour les jeux boursiers a rencontré l'énorme besoin de capitaux des sociétés naissantes de la nouvelle économie.

Ces dynamiques diversifiées et complémentaires ont rapidement produits leurs effets. En quatre ans, de 1996 à 1999, la "nouvelle économie" a atteint 8% du P.I.B. américain et les économistes lui ont attribué le tiers de l'expansion et la moitié des gains de productivité dans les entreprises. Ces premiers succès ont fait naître une croyance irraisonnée en de prochains gains fabuleux. Ils ont fait converger sur les valeurs fragiles du "Net" des investissements boursiers de plus en plus élevés. Poussé par ceux-ci, le marché des valeurs technologiques, le Nasdaq, a atteint des sommets au début de l'année 2000. A cette époque, après huit années de croissance ininterrompue, l'économie américaine tournait encore à plein régime :

350.000 emplois ont été créés dans le seul mois de janvier 2000. Les ménages multipliaient leurs achats, encouragés par des prêts avantageux et ils se souciaient d'autant moins de leur endettement qu'ils comptaient sur les revenus exceptionnels attendus de leurs placements boursiers... dont beaucoup concernaient la "nouvelle économie".

Un retournement conjoncturel brutal

La prise de conscience d'un décalage croissant entre les sommes investies dans la "Net économie" et les déficits persistants des entreprises en croissance rapide du secteur (les "start-up") s'est dessinée au moment où, la machine s'emballant, un resserrement monétaire a été décidé par la Banque Centrale (Réserve Fédérale). Ce "tour de vis" était dicté à la fois par la nécessité de limiter un endettement devenu excessif et par le souci d'alléger un fort déficit commercial, plombé par la hausse des produits pétroliers. A la fin du premier trimestre 2000, de premières annonces de pertes émanaient de grandes entreprises industrielles. Cette convergence de mauvaises nouvelles a été mal ressentie par la Bourse, qui a connu un véritable "vendredi noir" le 14 avril 2000. Le "trou d'air" a aspiré de nombreux "ténors" de la "Net-économie", dont les valeurs ont été divisées par deux dans les trois premiers trimestres de l'année 2000. Les dépôts de bilan se sont multipliés, entraînant par capillarité un essoufflement des ventes d'ordinateurs et un affaiblissement des sociétés intervenant sur Internet : Gateway, 3Com, Apple ou Amazon.com, pour ne citer que celles-ci, ont particulièrement pâti de ce retournement de cycle.

Une économie tournée vers le service du client

Ce sont les entreprises industrielles qui ont été les principaux clients de produits et services de la "Net économie", d'abord pour adapter leur équipement informatique au passage à l'an 2000 et, surtout pour faire face, par un effort de productivité, à une demande en forte croissance. Les technologies de l'information, se sont glissées dans toutes les fonctions des entreprises. Elles correspondent en fait aux besoins d'une économie tournée vers le service du client. Elles réduisent fortement le coût d'accès et d'extraction de l'information nécessaire à identifier le besoin du client et à remonter vers une fabrication sur mesure et juste à temps. Les fonctions d'échange entre entreprises (B2B, "Business to Business"), les relations entre façonnier et sous-traitant accélérées par des plates-formes de catalogues interrogeables par Internet, la gestion à distance des stocks et bien d'autres exemples montrent que les entreprises d'une certaine taille savent exploiter les gisements de productivité de toute innovation.

Le retard français

Même si elle progresse, l'organisation industrielle faite pour le service du client est encore assez peu répandue en France. Deux raisons principales expliquent ce retard :

- le contact direct avec le client reste problématique, notamment par la réticence à l'égard des publicités agressives à domicile ainsi qu'aux paiements en ligne,

- l'équipement en connexion Internet concerne aujourd'hui encore à peine 15% des ménages.

Globalement, l'Europe connaît un retard de 10 ans sur les Etats-Unis dans la diffusion d'Internet. Au sein de l'Europe, la France se trouve en queue du peloton. Dépassée depuis peu par l'Italie, elle risque de l'être bientôt par l'Espagne, le Portugal et la Grèce.

La progression de l'équipement des ménages a certes été rapide en 2000, avec une progression de 40% du nombre d'ordinateurs connectés mais elle est restée largement concentrée en Ile de France. Il a fallu un siècle pour faire passer le taux d'équipement téléphonique des ménages de 10% à 90%. Il a fallu quarante à cinquante ans pour atteindre ce résultat avec l'automobile, vingt ans avec la radio, la machine à laver ou la télévision. L'ordinateur personnel progresse en France à une vitesse proche de celle du lave-vaisselle. Les pouvoirs publics peuvent-ils faire quelque chose pour favoriser cette diffusion ? Certainement... si l'on songe que la maîtrise des outils de l'économie de l'information impose aussi celle de ses concepts et de ses contenus et qu'elle n'ira pas sans une mutation profonde de la société.

MUTATIONS SOCIALES ET VAGUE NUMERIQUE

Selon André-Yves PORTNOFF, consultant intervenu à la Journée FNAU du 24 octobre, l'économie mondiale vit actuellement une succession de ruptures, avec le déclin des grandes industries, la tertiairisation des économies et la multiplication des échanges liée à la mondialisation. 300 des 500 premières entreprises mondiales de 1970 ont aujourd'hui disparu. L'acceptation de ces évolutions nécessite de la part des chefs d'entreprises qu'ils sachent réellement comprendre et s'approprier les concepts de l'économie numérique et qu'ils deviennent plus conséquents dans leurs rapports avec leurs sous-traitants... à qui ils imposent souvent des changements qu'ils refusent ou retardent pour eux-mêmes. Les erreurs de concept peuvent tuer et la faillite de Swissair, entraînant celles de la Sabena et d'Air Liberté, offre un bon exemple des dégâts causés par ce type d'attitude.

Les deux grands moteurs du changement

Le changement passe par des facteurs immatériels, accélérés par la vague numérique. Les deux moteurs de ce changement sont dans la société et dans la technique.

- Les mutations sociales sont liées à la montée de l'individualisme et à l'explosion des connaissances. Durant les vingt dernières années, les Français sont devenus plus tolérants les uns envers les autres. Parce que plus indifférents, ils expriment une méfiance croissante vis-à-vis du pouvoir politique. Parce que mieux formés et plus savants, ils ressentent un fort désir de réalisation par le travail devenu immatériel,
- La technique renforce les capacités individuelles et l'exercice du libre arbitre. Elle exige la mobilisation de l'intelligence et l'intensification des relations citoyennes. L'avancée dans la technique suppose des efforts généraux de formation ainsi qu'un renforcement de la démocratie. Le capital essentiel décisif est le capital humain, et si on le contraint, on le détruit.

Des logiques de réseau

Une ingénierie axée sur la compétence des hommes impose le partenariat. La complexité des métiers et des connaissances est en effet telle que personne ne peut maîtriser seul l'ensemble d'un processus. Accepter de prendre en compte cette complexité suppose de tourner le dos à une simple analyse par les coûts, analyse qui conduit au repli sur le cœur du métier, rétrécit le spectre des connaissances utilisées par l'entreprise et conduit celle-ci au dépérissement. Au contraire, en regardant la complexité croissante des problèmes, on ressent le besoin de compétences de plus en plus larges, ce qui conduit au partenariat entre égaux. La vague numérique induit une ingénierie de la compétence et elle nécessite le passage à une logique de réseau entre partenaires égaux et concurrents. Le modèle "NAPSTER" de travail partenarial renvoie ainsi aux districts d'Emilie Romagne, qui ont su s'adapter depuis le Moyen Age. La planète est devenu un village pour ceux qui savent intéresser des partenaires et ont la volonté de travailler en intelligence, même avec les concurrents.

La revanche de David sur Goliath

Dans le système de l'économie numérique, la valeur se crée dans le champ de l'intermédiation. La séparation entre fond, forme et appropriation, particulière à l'économie numérique, favorise les rendements croissants. C'est la compétence de l'utilisateur qui fait la qualité de l'usage et c'est l'interactivité qui soutient l'implication des utilisateurs. L'ubiquité due aux produits nomades permet de s'affranchir du temps et de l'espace et favorise les interventions juste à temps. Ces différents facteurs favorisent la personne contre le collectif. La tendance de la technique consiste à produire des appareils plus puissants, moins chers, plus faciles d'utilisation et diffusés selon des normes planétaires. Ceci favorise la personnalisation de l'offre aux dépens des systèmes standardisés. L'autre conséquence de la baisse tendancielle des coûts est qu'elle entraîne une massification des réseaux d'acteurs par l'accroissement de leur potentiel d'interaction.

Le numérique au service du client

Selon COASE, prix Nobel d'économie, ce sont les coûts de transaction qui déterminent la taille des organisations. Ainsi, de plus petites entreprises sont plus efficaces si elles travaillent en réseaux. La société américaine DELL en a apporté la démonstration, en orchestrant les flux des commandes des clients, les flux des produits commandés aux fabricants (assemblés et livrés aux clients) et les flux des paiements. En maîtrisant ces flux et en passant des partenariats avec les grands constructeurs informatiques qui sont pourtant aussi ses concurrents, elle peut se satisfaire de 5 jours de stocks quand ses concurrents ont besoin de 50 jours au moins. DELL a ainsi inventé le "sur mesure de masse" et a accéléré la rotation de ses stocks au point d'éviter leur obsolescence.

La coordination des flux commerciaux, des produits et des règlements apparaît être le tiercé gagnant d'une organisation utilisant à plein les capacités numériques. Mais le contact avec le client final constitue le maillon stratégique d'un tel réseau. Le système d'information doit être centré sur le client, par des services globaux et des

offres sur mesure, par des livraisons juste à temps, permises par une veille 24/24. Le " service du client " coïncide harmonieusement avec une individualisation croissante de nos sociétés, comme l'a souligné en conclusion André Yves PORTNOFF

Ces évolutions s'appliquent-elles de manière identique aux territoires ? Plus généralement, quels impacts ces ruptures et tendances génèrent-elles sur le fonctionnement des villes ?

LES VILLES NUMERIQUES, LIEUX DE MOBILISATION DES COMPETENCES

Selon André LOECHEL, président du réseau européen des villes numériques et intervenant à la Journée FNAU, autant un placage direct des technologies de l'information sur une organisation municipale ne saurait à lui seul influencer sur la " citoyenneté ", autant ces technologies peuvent permettre d'amplifier les "flux de lien social". Les collectivités locales peuvent y contribuer en engageant un double effort : transfert de connaissances vers le grand public d'une part, équipement en réseaux d'infrastructures (souvent dans le cadre de partenariats public-privé) d'autre part. Mais un tel effort doit avant tout s'appuyer sur les réalités du terrain, sur les éléments du patrimoine, sur les forces vives et la recherche locale, pour les mettre en lumière le plus largement possible.

C'est ainsi que Tempere (Finlande) a câblé son territoire dès 1992 et en a concédé l'usage à tous les opérateurs qui le souhaitaient. Cette mise en concurrence a entraîné une forte baisse des coûts de connexion, permettant un envol des usages individuels du Net. Les efforts étant partagés dans l'ensemble du pays, 62% des ménages finlandais sont aujourd'hui connectés à Internet, montrant la justesse de l'objectif national de permettre la connexion pour tous. Un effort plus coûteux a été développé en Suède, pour assurer le haut débit pour tous. Ces efforts publics de mise en réseau expliquent le fort taux de connexion constaté en Europe du Nord.

En Espagne, la ville d'Arledo (10.000 habitants) a suivi la même stratégie que Tempere. Elle a donné accès à tous ses habitants au moindre coût et leur fournit un contenu éditorial. La Généralitat de Valencia a investi prudemment et avec succès en partant d'une analyse fine des usages des habitants. Elle a arrêté une stratégie pour attirer les entreprises qui a porté ses fruits. Elle a organisé une mise en réseau systématique de ces acteurs, en développant des contenus spécifiques pour chaque type d'acteurs.

La Région italienne d'Emilie Romagne a démarré le câblage de son territoire, avec l'objectif de raccorder gratuitement les ménages. Elle a confié à la ville de Bologne un rôle de fournisseur d'accès ("provider"), avec deux guichets, l'un donnant accès aux appels d'offres européens avec une aide en ligne pour adapter les réponses, l'autre proposant une visite numérique de la ville, à une époque choisie dans sa longue histoire.

Faire converger les efforts pour libérer les initiatives

Les exemples des Cybervilles européennes mettent en lumière les trois composantes complémentaires d'une action publique en faveur de l'économie numérique :

- La simultanéité des investissements dans les contenus et dans la mise en réseau.
- La constitution de pôles de compétences, pour l'accumulation et la transmission des savoirs, la promotion de la recherche territorialisée et de la création artistique (cf. Leeds, Helsinki).
- La mise en place de lieux d'accès pour réduire le fossé numérique. A Tempere, par exemple, des ordinateurs sont placés dans les salles d'attente de médecins ou dentistes et ils permettent de "surfer" en attendant son tour. En Suède, des accès au réseau haut débit sont placés dans les bibliothèques et dans des écoles rendues accessibles à tous.

La France s'y met à son tour. Brest a lancé le programme " Papi " de points d'accès de proximité. Vesoul projette une pépinière implantée à côté de l'espace multimédia. Une Cité des Sciences est développée en Seine-Saint-Denis : cet espace multimédia sera un lieu de rencontre ouvert aux élus et techniciens communaux, un lieu de débats, de formation et d'auto-formation, ainsi qu'un dispositif d'accompagnement des acteurs dans leurs démarches ; il accueillera à terme un laboratoire et un studio. Les pratiques relevées démontrent que tout acteur a besoin d'associer la connaissance pratique des outils et des technologies numériques à des connaissances de terrain portant sur les ressources des territoires. Face à la peur de certains élus de perdre ou de voir s'amoindrir leur pouvoir, André LOECHEL estime qu'un effort de formation est nécessaire pour leur apprendre à partager des connaissances dans des relations égalitaires. Le modèle numérique apparaît ainsi comme une chance à saisir pour mieux exploiter les atouts d'un territoire, ce qui suppose de libérer l'initiative de chacun de ses acteurs dans un cadre de partenariats diversifiés.

UNE COMBINATOIRE COMPLEXE D'ATOUTS A VALORISER

La problématique des pôles de compétence peut être illustrée par le pôle multimédia de Franche Comté, qui vise à faire se rencontrer les potentiels des formations universitaires et de la recherche, du tissu des PME et des réseaux d'entreprises, de l'art et de l'ingénierie culturelle, en les reliant par les télécommunications et les infrastructures tout en leur offrant de se réunir sur un même site. Thierry SERDET, chargé d'affaires au pôle, a présenté ce projet et a souligné la complexité des liaisons à créer entre tous les acteurs concernés.

Le système productif local de Montreuil, dédié au multimédia et à l'image, vise à tirer parti du passé des grands studios de cinéma en le reliant aux technologies de l'imagerie numérique. Pour Thomas MEEKEL, directeur du développement économique à la mairie de Montreuil, cette démarche s'inscrit dans une recherche de coopération institutionnelle et dans une mise en œuvre de complémentarités entre de nombreux acteurs, illustrant le rôle des réseaux de partenaires dans le développement d'activités nouvelles.

Le projet Média Parc de Nancy, présenté par François PELISSIER, maire adjoint de Nancy vise à conjuguer nouvelles technologies, culture, nature, patrimoine et modernité. Il s'intègre dans un vaste projet de renouvellement urbain d'anciens docks, proches du centre-ville et situés entre la Meurthe et le canal de la Marne au

Rhin. L'ambition est d'en faire un quartier attractif, bien intégré dans l'agglomération, et desservi par le tramway. Ce projet s'adosse sur la convergence de trois pôles de compétence. L'un concerne la verrerie et les métiers d'art, un autre est centré sur les musiques actuelles, le troisième est axé sur les technologies de l'information (implantation de centres d'appel, d'opérateurs de télécommunication et d'entreprises multimédia...). Des programmes de logements et d'activités tertiaires, un multiplexe, un jardin d'eau et un site naturel aménagé pour la pratique des activités sportives et de loisirs viennent compléter le projet dont la réalisation aura pris une douzaine d'années et aura mobilisé un milliard de francs d'investissements publics. Cet exemple illustre la volonté à tenir sur le long terme, la créativité à mobiliser et les partenaires à réunir pour inscrire le développement d'une agglomération dans des objectifs qualitatifs.

Les choix opérés par toutes ces villes sont apparus cohérents avec les recommandations faites par Marc LHERMITE, expert chez Ernst & Young et intervenant à la journée FNAU. L'offre territoriale adaptée à l'économie de l'information doit satisfaire des besoins opérationnels qui concernent aussi bien la mobilisation de collaborateurs qualifiés, que la mise en place de réseaux permettant d'accéder à des centres d'appel ou la proximité d'une plate-forme logistique. En termes d'immobilier, les préférences portent en général sur des immeubles anciens proches des centres-villes et réhabilités en "pépinières d'entreprises", ou sur des plateaux paysagers répartis sur plusieurs étages. Dans tous les cas, il faut assurer une large disponibilité de services et une bonne accessibilité par tous les modes. Ces exigences se révèlent, in fine, assez peu différentes de celles des autres activités.

DES STRATEGIES D'AGGLOMERATION

Le pôle des technologies de l'information de Rennes Atalante, présenté à la Journée FNAU par sa directrice Jacqueline POUSSIER, s'inscrit à la fois dans la longue durée et dans une stratégie globale d'agglomération. Sa création repose sur l'action de décentralisation menée par l'Etat entre 1960 et 1977. Huit grands établissements, au nombre desquels le Centre de recherche et développement de France-Télécom et plusieurs grandes écoles spécialisées dans ces technologies, ont quitté Paris pour la Bretagne durant cette période. La municipalité rennaise a compris le parti qu'elle pouvait en tirer et elle a créé en 1984 la technopole de "Rennes-Atalante". L'objectif était de valoriser localement ce pôle technologique et d'y associer la population par la création parallèle d'un Centre de culture scientifique et technique (CCSTI). Aujourd'hui, 5.000 personnes travaillent sur ce site dédié à la formation supérieure, à la recherche et au développement de nouveaux produits et services.

Le long terme explique aussi l'existence du pôle scientifique grenoblois centré sur les micro et nano technologies (s'appuyant sur les recherches menées dans les années 50 au CEA) et celle du pôle lyonnais d'intelligence numérique (l'école des bibliothèques a travaillé dès les années 70 sur la mise en réseau). Ces deux agglomérations partagent aujourd'hui la responsabilité de l'Agence Rhône-Alpes du numérique, à laquelle sont associées les autres villes de la Région, avec l'appui de la Région et de l'Etat. Consciente des enjeux d'une activité forte de 60.000 emplois (dont les 2/3 dans les activités logicielles) qui assure 70% de la production française en micro-électronique mais reste soumise aux aléas d'une activité en perpétuel

renouvellement, l'Agence, dont Geneviève FIORASSO, maire adjointe de Grenoble a présenté la stratégie lors de la Journée FNAU, s'est fixé trois objectifs :

- Construire une stratégie et une identité régionale fortes dans le secteur du numérique,
- Développer l'activité économique générale sur cette base.
- Favoriser la diffusion du numérique dans tous les secteurs industriels.

La stratégie ne peut être que globale

Ce dernier exemple illustre la double globalité à prendre en compte dans une démarche stratégique, portant sur l'ensemble de l'économie dans un cadre géographique suffisamment large pour englober un système inter entreprises quasi complet.

Une telle démarche s'impose naturellement en Ile de France, où ces deux dimensions se trouvent réunies. La région-capitale abrite en effet 42% des entreprises françaises relevant de l'économie de l'information mais elle rassemble 67% de ses effectifs, produit 73% de sa valeur ajoutée et totalise 76% de son chiffre d'affaires. Elle a bénéficié de 73% des gains d'emploi dans ces secteurs de 1996 à 2000 (près de 90 000 emplois). Ses activités concernent aussi bien les secteurs productifs (86.000 emplois), le commerce spécialisé (68.000 emplois), que les télécommunications (25.000 emplois) et les services (148.000 emplois). Face à un tel développement, l'IAURIF a enquêté les acteurs (entreprises, acteurs publics et associatifs) qui œuvrent en faveur du développement du secteur multimédia et internet en Ile de France. Les enquêtes réalisées montrent que ce secteur y rassemble 2150 entreprises qui emploient 53 000 salariés. Ces entreprises ont des choix d'implantation qui favorisent une très forte concentration dans Paris et les pôles limitrophes (Val de Seine, Montreuil ou la Défense par exemple). Le rapport conclut sur la nécessité d'une démarche stratégique pour soutenir le dynamisme de la "nouvelle économie" francilienne face aux autres grands pôles mondiaux du secteur. Vincent GOLLAIN, qui a présenté cette enquête le 24 octobre, a par ailleurs souligné que la mise en œuvre d'une telle stratégie devrait impérativement s'articuler avec les initiatives menées par les autres pôles numériques français.

Le projet stratégique Digiport de la Métropole Lilloise, présenté par Christophe PANNETIER, ajoute la vision prospective aux dimensions déjà évoquées. En axant cette stratégie sur un double pari, celui de l'industrie numérique et celui de la requalification d'un ancien site industriel, la Communauté urbaine de Lille souhaite organiser la mutation du bassin transfrontalier vers des activités les plus prometteuses. Ce projet s'adosse à un important bassin de main d'œuvre (1,2 million d'habitants côté français et 1,9 côté belge) et de qualifications (10% des ingénieurs français y sont formés), ainsi que sur d'importants flux financiers qui font de cette région la seconde en France pour les investissements étrangers. Le projet s'appuie sur plusieurs points forts comme la vente à distance (1er pôle européen), le pôle cinéma de Roubaix, des installations nautiques, auxquels ont été déjà adjoints un incubateur et un hôtel d'entreprises. 250 projets d'activités ont été soutenus depuis 5 ans, dont un réseau régional de médecine en ligne

Dans le domaine de l'économie numérique, le Grand Lyon, dont Emmanuel CELLIER (agence d'urbanisme de Lyon) a dressé la photographie, rassemble 1.800 entreprises (27.000 emplois) et 20 laboratoires (500 chercheurs) qui couvrent tout le champ des technologies de l'information. Son objectif est de se hisser au niveau d'une capitale européenne des loisirs interactifs. Le potentiel du Grand Lyon est important en termes de formation (110.000 étudiants) et d'entreprises-leaders (Infogramme est ainsi la seconde entreprise mondiale de jeux vidéo). Il génère une image très attractive. Les choix stratégiques consistent à accroître la présence des acteurs sur la diffusion, les services et l'apprentissage des savoir-faire, avec quatre axes prioritaires :

- Equiper toutes les écoles primaires avec une salle multimédia.
- Installer et animer dans l'agglomération des "lieux publics numériques" (équipés chacun de 15 ordinateurs) en aidant les associations déjà présentes sur ce créneau à accroître leur potentiel.
- Mettre en réseau les services publics municipaux et les autres administrations, avec mise en place d'un guichet unique avec la Préfecture pour répondre aux urgences sociales et création d'un centre d'appel pour l'expression des besoins des citoyens.
- Soutenir le développement économique en créant des sites emblématiques d'accueil d'entreprises (Lyon-Vaise), un portail économique de l'agglomération et en aidant les PME à utiliser les technologies de l'information et de la communication

En conclusion de la présentation du cas lyonnais, Pierre-Alain MUET, adjoint au Maire de Lyon, a souhaité qu'on n'attende plus pour diffuser rapidement les technologies de l'information et de la communication dans tous les segments de la société. Il ne s'agit pas seulement, selon lui, d'une révolution économique, il s'agit d'une mutation aussi importante que le furent, en leur temps, la révolution de l'imprimerie ou la généralisation de l'enseignement. Il n'est pas possible d'attendre quatre siècles pour passer de l'émergence des technologies de l'information à leur utilisation généralisée par toutes les entreprises et tous les habitants. Les collectivités locales françaises doivent relever ce défi et le retard pris sur de nombreuses villes européennes comme Barcelone, Valencia ou Dublin doit être comblé. C'est une question de survie économique en même temps que de vitalité culturelle et sociale. L'économie de l'information est un enjeu capital de développement économique et culturel. Elle doit devenir un domaine d'action prioritaire pour les collectivités locales des agglomérations françaises.

Ouverte par Myriam CONSTANTIN, vice-présidente de la FNAU et conclue par André ROSSINOT, président de la FNAU, la Journée d'échanges du 24 octobre 2001 a été préparée par Louis MAUREL (Grenoble), Nicolas de REGRIGNY (Nancy) et Vincent GOLLAIN (IAURIF), en liaison avec le Club Eco-Fnau.

La synthèse des débats de la Journée, proposée dans ce Dossier FNAU, a été préparée par Louis MAUREL (Agence de Grenoble).

Pour en savoir plus

- Sur le site Internet de la FNAU www.fnau.org : textes et vidéo-projections des présentations faites à la Journée FNAU du 24 octobre 2001

- A paraître en avril 2002, les Actes complets de la Journée