

Note de mutation
Club d'analyse économique
Occitanie

7^E ÉDITION
DÉC. 2019



**MUTATIONS ET VALEUR
AJOUTÉE TERRITORIALE :**
comment se saisir
des mutations actuelles
et des nouveaux modèles
économiques **afin de**
favoriser la progression
de la valeur ajoutée
territoriale de la région
Occitanie ?

Cette note de mutation

a été rédigée par

le comité de rédaction présidé par **André Benhamou** (Président du Club d'analyse économique Occitanie), composé de **Gabriel Colletis** (Leraps / Université Toulouse I), **Roland Perez** (Université de Montpellier), **Amandine Lesage**, **Stéphanie Mazet**, **Valérie Randé** (AD'OCC), **Françoise Charleux**, **Constance Le Pocher** (DEI / Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée) - avec le concours de **Osanne Billand** et **Diana Merino** (stagiaires AD'OCC, respectivement étudiante en M1 et thésarde en Sciences Économiques à l'Université Toulouse 1 Capitole) et de **Mathilde Lacaze** et **Hélène Sanséau** (consultantes).

Ainsi que les membres et experts ayant participé tout au long de l'année 2019 aux plénières, groupes de travail thématiques, entretiens,... : **Denis Allard** (Thales Alenia Space), **Stéphanie Andrieu** (Urbasolar), **Jérôme Aumaitre** (Phytocontrol), **Philippe Balma** (Les Poissons Du Soleil), **Anne Baraillé-Combe** (AD'OCC), **Pierre Barrouillet** (Airbus Défense & Space), **Thomas Bascaules** (AD'OCC), **Jalil Benabdillah** (SD Tech), **Daniel Benchimol** (Also Consult), **Sophie Berdoues-Coucouy** (Berdoues Parfums et Cosmétiques), **Bruno Bergoend** (Safran), **Frédéric Bernard** (Milc Industry), **Nicolas Berry** (AD'OCC), **Franck Berthu** (AD'OCC), **Jean-Marc Bertolino** (CDJ - Escal), **Xavier Bochaton** (Thales Avionics), **Didier Bosque** (Sopra Steria), **Sylvain Boucher** (Thales Avionics), **Olivier Bourdet-Pees** (Plaimont

Producteurs), **Thomas Boutin** (Active France Adventures), **Mikael Bresson** (Phytocontrol), **Nicolas Brillouet** (Kloe), **Cédric Cabanes** (Agronutrition), **Laurent Caplat** (Bien Manger), **Gille Capy** (Edf), **Arnaud Carayon** (Carayon), **Benoît Carniel** (Alstom Transport), **Christophe Carniel** (Vogo), **Albert Cerro** (Thales Alenia Space), **Laurent Condomines** (NTN-SNR), **Olivier Connes** (Groupe Meridis), **Michel Corbarieu** (Dendris), **Paul Coudray** (Kloe), **Philippe Crebassa** (Aéroport Toulouse Blagnac), **Xavier Danjou** (Confiserie du Tech), **Caroline De Rubiana** (AD'OCC), **Pierre Deniset** (Kaliop), **Xavier Desmarest** (Outremer Yachting), **Jean-Marc Dessapt** (AD'OCC), **Pascale Diez** (NXP Semiconductors), **Christophe Echavidre** (Thermes de Barbotan - Chaîne Thermale du Soleil), **Jérôme Engelvin** (Bio Energie Lozère - Sas), **Jean-Michel Espenan** (Polymem), **Olivier Fabre** (Maison Fabre), **Julien Falgayrat** (Ergonova), **Jessy Favari** (Phytocontrol), **Pierre Gaches** (Gaches Chimie Spécialités), **Lionel Garon** (Derichbourg Atis Aéronautique), **Laurent Gilardino** (Spie Sud-Ouest), **Eric Gouardes** (Ademe), **Fabrice Gouze** (Région Occitanie), **Jean-François Gravier** (Laboratoire Gravier), **Pierre Guibourg** (Bausch&Lomb), **Christelle Guillon** (AD'OCC), **Michel Hibon** (Groupe Cahors\Maec), **Florence Huc** (Ademe), **Olivier Lamarque** (Pierre Fabre), **Grégory Lamotte** (Comwatt), **Olivier Lapierre** (Symétrie Nîmes), **Stéphane Latouche** (Banque De France), **Thomas Lecompte** (Milc Industry), **Sylvie Lefebvre** (ATR), **Léo Lemordant** (Enerfip),

Frédérique Letellier (IBM), **Lionel Levasseur** (Orange), **Gilles Lucato** (AD'OCC), **Jean-Luc Maigne** (Liebherr Aerospace Toulouse), **Philippe Maria** (Continental Automotive France Toulouse), **Juliette Martin** (Proteus), **Jérôme Maurel** (AD'OCC), **Stéfan May** (Continental Automotive Tlse), **Patrick Meillaud** (Bosch), **Anne-Lise Melki** (Biotope), **Céline Menard** (Biotope), **Pierre Mestre** (Orchestra), **Thierry Mootz** (Latecoere), **Cédric Morelle** (Wineadvisor), **Jean-Pierre Navarro** (Sotranasa), **Olivier Nazeyrollas** (Union Grap'sud), **Anne Paulhe-massol** (Arterris), **Jean-Louis Pech** (Actia Group\Actia Automotive), **Laurent Pelud** (Scassi Conseil), **Serge Pina** (Engie), **Nicola Pobeau** (Recaero), **Catherine Pommier** (AD'OCC), **Florence Pratlong** (Fromagerie Le Fédou), **Didier Quinet** (Banque de France), **Jean-François Revel** (Derbi-SCLE), **Christine Rey** (Idem), **Françoise Rey** (Diam Bouchage), **Jean Ringot** (Duodisplay), **Alix Roumagnac** (Predict Services), **Frédéric Salles** (Matooma), **Anne-Lise Salomé** (Pole Derbi), **Fernand Sanchez** (IBM), **Nicolas Schaeffer** (AD'OCC), **Laure Soula** (Région Occitanie), **Florent Tarbouriech** (Medithau Maée), **Véronique Tatry** (Ademe), **Patrick Thauanay** (Autantyk), **Jean Tkaczuk** (Comité Consultatif Régional pour la Recherche et le Développement Technologique), **Dominique Tourneix** (Diam Bouchage), **Jean-Julien Urbain** (Merci René et Pays d'Ester), **Pierre Zerbini** (Mecamont Hydro).

Avec la participation de **Nadia Pellefigue** (Vice-Présidente Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée).

EDITO

”

Depuis 2008, le Club d'analyse économique d'Occitanie fournit à la Région Occitanie / Pyrénées-

Méditerranée des travaux inspirants et prescripteurs.

La loi NOTRE a amplifié le rôle des Régions en matière de développement.

A la fois connectées à la réalité des dirigeants d'entreprises et éclairées par l'analyse d'économistes et de personnes qualifiées, les réflexions du Club nourrissent celles de la Région, notamment autour de l'anticipation des mutations économiques, l'accompagnement des entreprises régionales et viennent enrichir la stratégie régionale en faveur de l'emploi et d'un développement économique durables.

Ces critères sous-tendent les préconisations du Club et donnent lieu à une note de mutation très opérationnelle rapidement transposable en actions concrètes.

L'attention de notre Club s'est focalisée cette année sur un sujet précurseur, celui de la valeur ajoutée territoriale, examinée au travers de trois mutations en cours : le passage de l'internationalisation à la mondialisation, la transition écologique et le virage numérique.

Notre réflexion s'inscrit également dans un moment qui questionne le rôle de l'entreprise dans la transformation de la société et lui demande d'élargir ses missions aux enjeux sociaux et environnementaux.

Nous saluons la qualité de cette nouvelle note et remercions les dirigeants, économistes et experts sollicités dans le cadre de cette réflexion. Leur contribution témoigne de leur intérêt et de leur engagement pour le développement régional.

Carole Delga
Ancienne ministre
Présidente de la Région Occitanie /
Pyrénées-Méditerranée



André Benhamou
Président du Club
d'analyse économique
Occitanie



LE CONTEXTE

L'économie française n'est pas confrontée à une crise économique mais à une véritable mutation de son modèle de développement. En d'autres termes, si quelques points de croissance du PIB seraient sans doute de nature à atténuer certaines des difficultés que connaît l'économie française, cette hausse serait loin de répondre aux défis majeurs auxquels elle doit faire face.

Trois mutations essentielles, largement interdépendantes, s'opèrent actuellement et sur la durée. Ce sont ces mutations dont les territoires, et donc les acteurs qui les composent, doivent se saisir pour assurer la pérennité de leur trajectoire de développement.

Ces mutations sont les suivantes :

- le passage de l'internationalisation à la mondialisation,
- la transition écologique,
- la transformation numérique.

Cette pérennité ne peut, en effet, comme le Club d'analyse économique (CAE) l'avait montré dans son premier rapport de mutation, être basée sur la seule maîtrise des coûts. Il s'agit aujourd'hui de produire des biens et des services à forte valeur ajoutée économique, d'accompagner la « montée en gamme » de toutes les entreprises dans toutes les filières et domaines d'activité et, ce, sur tous les territoires de l'Occitanie.

Comment se saisir des mutations actuelles et des nouveaux modèles économiques afin de favoriser la progression de la valeur ajoutée économique dans la région Occitanie et la diversité de ses territoires ?

Telle est la question qui est traitée par le Club d'analyse économique d'Occitanie.



MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL

Le Club d'analyse économique Occitanie s'est réuni en plénière à Narbonne en janvier 2019 pour défricher le sujet et travailler en ateliers autour des enjeux des trois mutations étudiées cette année : le passage de l'internationalisation à la mondialisation, la transition écologique et le virage numérique. Le numérique était déjà abordé dans la note de mutation 2018, mais sous l'angle de la transformation globale des entreprises, alors qu'il est ici analysé en tant qu'impact.

En septembre puis octobre 2019, nous nous sommes retrouvés à Montpellier puis à Toulouse pour co-construire les préconisations destinées à la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

En parallèle, deux questionnaires ont été adressés aux entreprises du Club afin de mesurer leur niveau d'engagement et d'implication sur ce sujet complexe et difficile d'accès de prime abord. Une dizaine d'entretiens individuels de dirigeants et d'experts ont également été conduits ainsi qu'un travail de recherche universitaire mené par deux étudiantes de l'Université Toulouse 1. De ces réflexions collectives, enrichies par l'accompagnement d'un groupe de travail pluridisciplinaire, ont émergé quinze préconisations traduisant l'expression des besoins des entreprises.

Ces préconisations sont des propositions vivement recommandées à la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée par le Club d'analyse économique afin de renforcer la valeur ajoutée territoriale de notre région.

SOMMAIRE DE LA NOTE

Edito	p. 3
Contexte	p. 4
Partie 1 CONSTAT et ENJEUX	p. 7
Partie 2 6 AXES et 15 PRÉCONISATIONS	p. 19
La note de mutation infographie	p. 30
Annexes	p. 33



PARTIE 1 CONSTATS ET ENJEUX

Appréhender la question dans sa polysémie et sous toutes ses facettes, analyser l'état de l'art, confronter les théories économiques aux réalités vécues par les dirigeants de toute la région, c'est ce travail que nous avons synthétisé ici. Cette première partie éclaire sur les notions-clés inhérentes à la valeur ajoutée territoriale et pose les constats et les enjeux de cette question au travers des trois mutations économiques que nous vivons actuellement.

SOMMAIRE DE LA PARTIE 1

Contours du sujet et notions-clés	p. 8
Le regard des économistes	p. 10
Constats et enjeux autour de la mondialisation	p. 11
Constats et enjeux autour de la transition écologique	p. 16
Constats et enjeux autour du virage numérique	p. 18

CONTOURS DU SUJET ET NOTIONS- CLÉS

VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE

La Valeur Ajoutée Territoriale est créée par les acteurs économiques qui entretiennent diverses relations et peut être renforcée par trois dynamiques :

- la hausse des quantités produites par les entreprises ;
- la progression de la valeur des produits offerts par les entreprises, rendue possible par un meilleur positionnement sur la chaîne de valeur (produits durables, de qualité, réparables) ;
- la densification des relations lorsqu'on considère le territoire comme un système d'inter-relations et non plus uniquement comme une somme d'acteurs.

Cette valeur ajoutée territoriale peut être renforcée par une proximité géographique permettant de limiter les coûts liés aux distances, une proximité organisationnelle, relative à des organisations qui détiennent des actifs complémentaires pour résoudre un problème productif ou développer un projet.

La proximité institutionnelle peut également renforcer la valeur ajoutée territoriale. Il s'agit alors de partage de valeurs communes et de relations de confiance entre les acteurs. L'accroissement de la valeur ajoutée territoriale est effectif si se croisent à la fois une proximité spatiale, une proximité organisationnelle et des relations de confiance nées de coopérations réussies.



TROIS MUTATIONS

Les mutations actuelles dont nous parlons tout au long de la note sont au nombre de trois. Il ne s'agit pas ici d'en analyser les effets et les causes mais bel et bien de les analyser par le prisme de la valeur ajoutée territoriale.

Le passage de l'internationalisation à la mondialisation

La mondialisation se caractérise principalement par une mobilité des facteurs de production (capitaux, travail, informations), et ce à vitesses inégales, tandis que l'internationalisation se traduit par la mobilité des biens et des services.

La transition écologique

De par ses conséquences, le modèle productiviste fondé sur une consommation intense en matière et énergie, se voit remis en cause. Dès lors, l'enjeu réside dans le renouvellement de nos modes de vie, de production, de consommation, mais aussi de notre rapport à la nature, au territoire.

Le virage numérique

Le virage numérique est à comprendre à deux niveaux, à travers les entreprises du secteur numérique et les entreprises dans lesquelles les nouvelles technologies peuvent se déployer. Il s'affranchit des contraintes territoriales et pour autant, peut être structurant, notamment pour organiser les relations entre acteurs d'un même territoire. Le numérique est ainsi un outil au service des deux autres mutations.

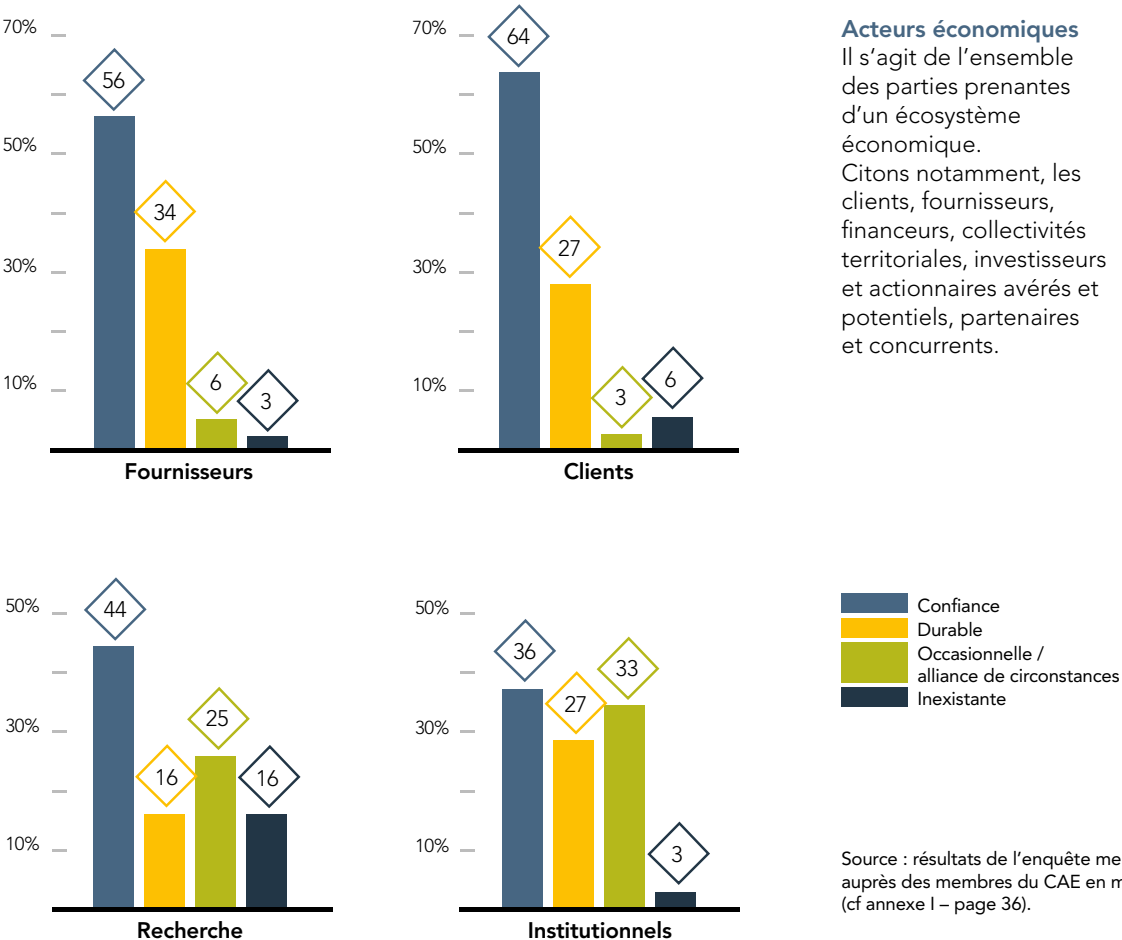
DEUX NOTIONS COMPLÉMENTAIRES

L'écosystème économique

En reprenant l'idée d'écosystème écologique définie par Tansley en 1935, James F. Moore a envisagé au milieu des années 1990 cette notion sous l'angle économique¹. Il s'agit d'appréhender la multiplicité des liens plus ou moins directs

que va tisser une entreprise avec une multitude de partenaires, formant ce que l'on nomme une communauté de destin stratégique. Cette communauté économique va produire des biens et des services en apportant de la valeur aux clients qui feront eux-mêmes partie de cet écosystème. Les organismes membres vont également inclure les fournisseurs, les producteurs, les concurrents et autres parties prenantes.

Les relations avec l'écosystème régional



¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cosyst%C3%A8me_d%27affaires

LE REGARD DES ÉCONOMISTES

Il semble indispensable de se projeter dans l'avenir afin de définir des stratégies publiques et privées conduisant au développement.

Tout en prenant en compte le présent et les dynamiques passées, la compréhension des mutations en cours est ainsi un moment essentiel. Et c'est ce moment que cette note a travaillé, permettant dans la foulée de proposer un ensemble cohérent de préconisations contribuant à orienter l'action à venir du Conseil Régional.

Les trois mutations qui ont été appréhendées grâce à un ensemble très riche et diversifié de contributions sont : le passage de l'internationalisation à la mondialisation, la transition écologique et le virage numérique.

Aucune de ces mutations n'est favorable ou défavorable en elle-même, ne conduit mécaniquement au développement ou au déclin, voire à l'effondrement.

La mondialisation présente des aspects préoccupants : d'une part, parce qu'elle porte de plus en plus sur des composantes immatérielles, lesquelles par nature échappent à un ancrage territorial et sont sources de distorsions, notamment en termes de fiscalité (cf. les GAFA) ; d'autre part, parce qu'elle s'accompagne d'une financiarisation accrue, elle-même immatérielle et génératrice d'inégalités accrues². Pour autant, la mondialisation ne signifie pas nécessairement une concurrence généralisée entre les territoires et peut être une opportunité pour un développement à la fois plus solidaire et plus efficace.

² Cf. nombreux travaux, dont les récents ouvrages de M. Aglietta & al (2019) « Capitalisme ; le temps des ruptures » Ed. O. Jacob et de Th. Piketty (2019) « Capital et idéologie », Le Seuil.

³ Cf. F. Rodhain (2019) « La nouvelle religion du numérique – Le numérique est-il écologique ? » Caen, E.M.S

Le dérèglement climatique, l'épuisement des ressources naturelles, la pollution sont, certes, des défis qui portent leur lot d'angoisses mais les relever est porteur de transformations profondes et positives des modes de production et d'usage. Ces transformations concernent les entreprises, lesquelles devraient prendre en compte les objectifs de développement durable tels qu'ils sont définis par l'Agenda 2030 des Nations Unies. Une étude-pilote sur la manière dont ces objectifs sont pris en compte dans les secteurs phares de l'économie de la région, l'aéronautique et l'agriculture/les industries agroalimentaires, serait bienvenue.

Le virage numérique (robotisation, big data, intelligence artificielle, etc.) peut signifier des pertes d'emplois dans le secteur des services comme dans l'industrie mais il peut également accompagner un renouvellement profond des conditions dans lesquelles le travail est réalisé avec moins de pénibilité, moins de dangerosité et davantage de créativité. Il peut aussi être un outil au service de la transition écologique, même s'il convient de limiter les effets négatifs que le « tout numérique » peut entraîner³.

Bref, tout est affaire de choix et ce rapport a comme ambition d'éclairer ce que pourraient être des choix favorisant la promotion d'un nouveau modèle de développement plus respectueux des femmes et des hommes, de la nature et des territoires.

LE PASSAGE DE L'INTERNATIONALISATION À LA MONDIALISATION

Le passage de l'internationalisation à la mondialisation désigne le passage d'une logique de mobilité des biens et des services (exportations, importations) à une logique de mobilité des capitaux, des travailleurs et des informations, que l'on désignera ci-après comme des « facteurs de production ».

L'ouverture de la région - qui est le corollaire de la maîtrise endogène de son développement - pourrait ainsi signifier un bouleversement progressif des flux : aux flux de matières et de marchandises se substitueront progressivement des flux d'investissements matériels et immatériels ainsi que des flux de talents scientifiques mais aussi artistiques et culturels que la région devra attirer. Un nécessaire questionnement sur la capacité des Régions, - dès lors que celles-ci se voient reconnaître le rôle de chef de file du développement économique -, à « encadrer » le processus de passage de l'internationalisation à la mondialisation suggère sans doute un réexamen d'un certain nombre de politiques et d'outils de promotion de la région à l'international.

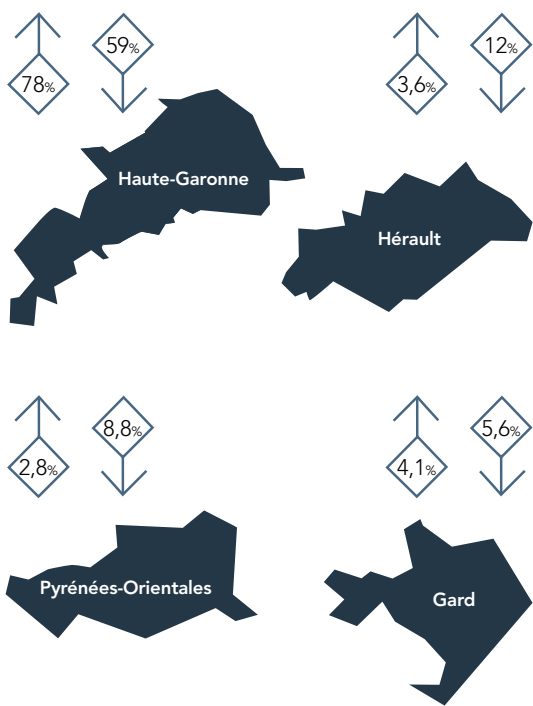
Cependant, toutes les entreprises n'ayant pas vocation à se mondialiser, il faudra conserver des soutiens ciblés pour les entreprises qui ont du potentiel à l'international, qui produisent en région Occitanie et peuvent ainsi augmenter la valeur ajoutée territoriale en particulier grâce à la transformation digitale.

OCCITANIE /PYRÉNÉES-
MÉDITERRANÉE,
UNE CONFIGURATION
ÉCONOMIQUE ATYPIQUE

Si l'on considère la situation spécifique de la région Occitanie /Pyrénées-Méditerranée, on sait que celle-ci est la 4e région exportatrice française. Ses exportations représentaient, en 2017, 52,5 milliards d'euros et les importations 47,8 milliards. Le solde des échanges de la région est positif de 4,7 milliards d'euros et le taux de couverture est de 110% ⁴.

La région Occitanie présente une configuration atypique. Alors que la France ne parvient pas à équilibrer ses échanges commerciaux, la région Occitanie dégage un solde régulièrement positif. Le niveau élevé des échanges, exportations comme importations, de la région Occitanie tient à l'importance du secteur « Fabrication de matériels de transports ». En 2017, ce secteur, pour l'essentiel composé par les activités de fabrication aéronautique et spatiale, représente 73% des exportations et 60% des importations de la région (respectivement 38,4 et 28,9 milliards d'euros). Le secteur « Fabrication de matériels de transports » réalise un excédent de 9,5 milliards d'euros alors que l'excédent total des échanges de la région est de 4,7 milliards. Ceci signifie que les autres secteurs industriels (hors aéronautique et autres matériels de transport) dégagent un solde globalement déficitaire de 4,8 milliards d'euros.

S'agissant d'agriculture et des industries agro-alimentaires, la situation de la région n'est guère favorable. Le secteur « Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac » est à l'équilibre, avec 2,2 milliards d'euros exportés comme importés.



Au niveau infrarégional, 78% des exportations et 59% des importations de la région sont issues de Haute-Garonne. L'Hérault représente 12% des importations et 3,6% des exportations. Les Pyrénées Orientales représentent 8,8% des importations et 2,8% des exportations. Le Gard quant à lui représente 5,6% des importations et 4,1% des exportations régionales. Tous les départements de la région sont déficitaires, à l'exception des Hautes-Pyrénées (2,5% des exportations et 1% des importations) et de la Haute-Garonne, ce résultat pour ce dernier département s'expliquant de nouveau par les échanges aéronautiques.

Le déficit des échanges extérieurs de produits industriels hors aéronautique, celui de l'agriculture alors que l'Occitanie est une région agricole s'explique par de nombreux facteurs et reflète la difficulté dans laquelle se trouvent les activités productives régionales.

⁴ À titre de comparaison, le solde commercial de la France est négatif de 57,8 milliards d'euros et le taux de couverture s'établit aux alentours de 90%

UN TERRITOIRE VICTIME DE
FUITES ÉCONOMIQUES

L'internationalisation de nos économies a, comme on le sait, favorisé une augmentation des volumes exportés mais aussi a impliqué une plus grande dépendance aux importations. En France, environ les deux tiers des produits manufacturés consommés par les ménages sont ainsi désormais importés ⁵.

La place accordée à la finance dans les stratégies d'entreprise a eu comme conséquence pour certaines d'entre elles (les plus grandes mais pas seulement) de s'engager dans une recherche de compétitivité-prix fondée sur une politique de maîtrise des coûts. En raison de la massification des flux et d'une production en grande quantité, le plus souvent standardisée, les entreprises qui délocalisent ont placé les territoires en concurrence, parfois organisée, et ont généré un phénomène de dépendance liées aux « importations inverses » ⁶. Contrairement à ce que l'on pense, de telles délocalisations ne s'accompagnent pas nécessairement d'un flux d'investissements direct significatif vers les pays de délocalisation. La sous-traitance locale est le plus souvent le mode par lequel les délocalisations s'opèrent. C'est cela qui explique sans doute le faible stock d'investissements directs détenus par les firmes d'Occitanie à l'étranger (IDE sortants) dans le total des IDE français dans le monde, soit 1% (10 milliards d'euros). En sens inverse, on notera que la région Occitanie accueille 2,6% du total des IDE entrants en France (13 milliards d'euros) ^{7 8}.

Un territoire peut ainsi être victime de ce que l'on pourrait appeler des « fuites économiques » qui peuvent être évaluées au regard du volume d'importations par secteur. Un travail sur l'identification de ces fuites, leur quantification, peut aboutir à une augmentation des quantités produites de deux façons :

- par une meilleure adéquation entre la demande endogène et l'offre territoriale disponible,
- par le développement d'une offre endogène, par la création ou la relocalisation d'activités au regard des besoins sectoriels.

RELOCALISATION ET MONTÉE EN
GAMME : LE DOUBLE DÉFI DE LA
RÉGION

La région fait donc face à deux défis :
1° celui de la relocalisation de certaines activités,
2° leur montée en gamme, favorisant la préservation et le renouvellement de savoir-faire industriels et artisanaux.

En effet, une meilleure qualité se traduit le plus souvent par une augmentation des prix, contribuant ainsi à l'augmentation de la valeur ajoutée d'un territoire. Cette stratégie sera toujours économiquement bénéfique pour un territoire. Dans une perspective à la fois économique et écologique liée à la qualité et à la durabilité des biens, il est important d'imaginer des leviers qui permettraient à la demande endogène d'être en capacité de répondre à une telle offre, notamment au regard des usagers à forte contrainte budgétaire : s'interroger sur la notion d'accessibilité, qu'il s'agisse de la consommation des ménages ou des consommations intermédiaires, est indispensable. L'augmentation des volumes par la relocalisation et, surtout, la hausse de leur valeur constituent, dans le passage de l'internationalisation à la mondialisation, deux stratégies complémentaires ayant un impact écologique favorable. Une troisième stratégie est cependant possible : celle d'entreprises qui s'organisent en réseau non pour réduire le volume des importations inverses de produits finals mais pour réduire le contenu en importations de la production.

⁵ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4166056>
⁶ On entendra par « importations inverses » des importations pilotées par des groupes français qui ont délocalisé leur production non pour servir des marchés étrangers mais pour servir le marché français.
⁷ Source : données Banque de France
⁸ Sur des bases méthodologiques différentes de celles de la Banque de France, l'étude annuelle réalisée par Business France en lien avec l'agence régionale AD'OCC, montre qu'au cours de l'année 2017, 140 projets étrangers ont permis la création ou le maintien en Occitanie de 3 349 emplois. À ce titre, la région Occitanie pèse 10% du nombre total d'emplois liés aux investissements étrangers en France. Cette performance témoigne de la montée en puissance du territoire puisqu'en 2016, la région comptabilisait 120 projets pour 2 519 emplois créés ou maintenus.

De plus en plus, les entreprises s'organisent en réseau pour concevoir et produire les biens ou services complexes que leurs clients attendent d'elles. Dans cette perspective, elles se recentrent sur leur cœur de métier et cherchent alors à acquérir en externe les compétences dont elles ont besoin sur le plan stratégique (technologies, savoir-faire, réseau de distribution, logistique, image, etc.).

La mise en réseau d'acteurs de proximité, en circuit-court tant par le nombre d'intermédiaires que sur le plan de la distance spatiale, est un enjeu majeur : il s'agit d'inscrire les échanges territorialement, dans des relations de confiance puis de coopération dans la durée. De cette façon, un écosystème spécifique et pérenne, basé sur l'ancrage territorial, pourra se construire. En parallèle, les entreprises pourront se libérer de la pression concurrentielle et adopter des stratégies de moyen et long termes.

Nous avons monté un site de production en Argentine pour le marché local. Auparavant cette production était réalisée en Occitanie puis exportée en Argentine. Cette solution est favorable sur le plan environnemental mais a entraîné une perte de VAT pour la région.

Cédric Cabanes – Agronutrition

La Valeur Ajoutée Territoriale ne peut se faire que s'il s'agit d'une activité captive et spécifique à la région (le tourisme et la viticulture en sont des exemples), ou si l'entreprise est capable de générer des produits à forte valeur ajoutée. Vouloir soutenir des projets et des entreprises positionnées sur des produits standards sans véritable différenciation sur son marché ou bien non captif dans son ancrage territorial est voué à l'échec.

Dominique Tourneix – Diam Bouchage



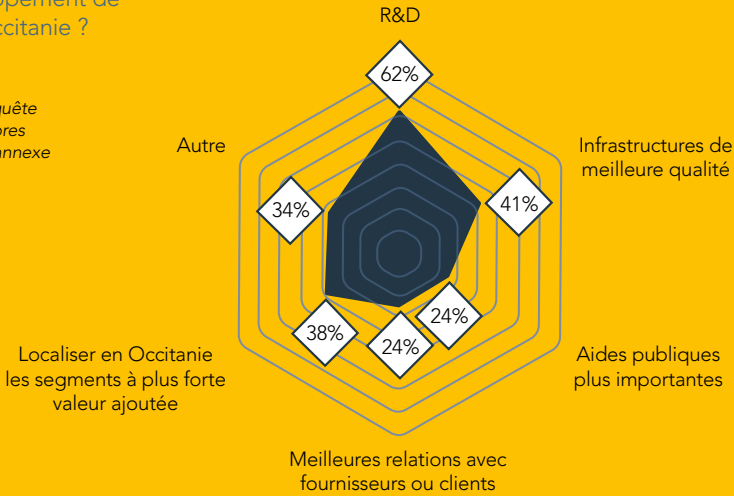
LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

La transition écologique est née des différents constats relatés par les rapports scientifiques depuis Meadows en 1972. Confronté à la finitude des ressources non-renouvelables, aux pollutions générées, au déclin de la biodiversité, à la dégradation des écosystèmes naturels, et aux multiples conséquences sociales, le modèle « productiviste » fondé sur une consommation intense en matière et énergie, se voit remis en cause.

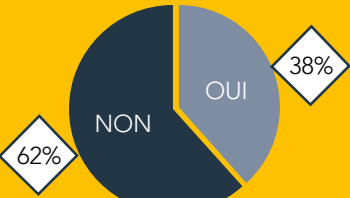


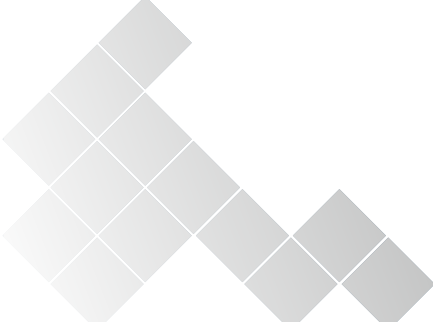
Dans le cadre d'un marché mondial, quels motifs pourraient vous conduire à favoriser le développement de votre activité en Occitanie ?

source : résultats de l'enquête menée auprès des membres du CAE en mai 2019 (cf. annexe I – page 36).



Une délocalisation partielle vous permettrait-elle de repositionner votre activité en Occitanie sur des segments à plus forte valeur ajoutée ?





LE RENOUVELLEMENT DE NOS MODES DE VIE, DE PRODUCTION ET DE CONSUMMATION

Si l'enjeu réside bel et bien dans le renouvellement de nos modes de vie, de production, de consommation, il se place aussi du côté de notre rapport à la nature, au territoire. La transition écologique favorise la résurgence des identités et racines culturelles, des valeurs de proximité, de localité, qui tendent à transformer les dynamiques socio-économiques. On peut citer l'économie collaborative, l'économie de proximité ou encore l'économie circulaire comme autant de nouvelles modalités d'échange qui témoignent de l'encastrement progressif de l'économie dans une dimension sociale qui articule global et local à travers des valeurs de partage et de coopération.

Empreinte d'une dimension économique, sociale et culturelle, l'urgence écologique a fait émerger, depuis quelques années, un nouveau concept : le développement durable, pensé pour « répondre aux besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs »⁹. Ce concept prend sens lorsqu'il s'inscrit dans une perspective territoriale, en reposant notamment sur trois principes :

- la participation des acteurs du développement, et principalement les citoyens ;
- l'analyse globale et systémique des dimensions territoriales ;
- les partenariats ou relations de coopération entre les acteurs, dans le cadre d'une approche intégrée de l'action territoriale.

Aujourd'hui, les êtres humains se nourrissent largement par le biais d'un système d'agriculture intensive et mondialisé, ayant des conséquences souvent peu heureuses pour notre santé et les écosystèmes naturels. Pour autant, ils pourraient

l'être par un système agricole territorialisé, fondé sur des principes agro-écologiques et de proximité. Plusieurs chemins sont possibles, nous devons les considérer dans leur ensemble à travers des critères de soutenabilité et de résilience économique.

Dans cette perspective, la mondialisation doit donc être pensée différemment, en s'appuyant sur une économie territorialisée en réseau qui favorise la diffusion et le partage de la connaissance et des expériences.

L'ÉMERGENCE DE TROIS NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES TRANSVERSAUX

La transition écologique s'exprime à l'échelle des politiques de développement et des modèles économiques des entreprises, l'enjeu étant, principalement, de les faire converger et de les fonder sur un principe de proximité.

Trois nouveaux modèles économiques tendent à placer l'écologie et la coopération en leur centre : l'économie circulaire, les circuits-courts et l'économie de la fonctionnalité et de la coopération. Nous postulons que ce n'est que dans le cadre d'une économie de proximité, fondée sur l'adéquation entre l'offre et la demande endogène, et en répondant à des conditions de territorialisation, que ces derniers revêtent une dimension réellement écologique, et qu'ils peuvent, dans un second temps, pleinement participer au renforcement de la valeur ajoutée territoriale.

La compétitivité globale d'une entreprise, résultat de la combinaison d'une compétitivité par les prix et la compétitivité hors prix, peut dès lors être revisitée à travers ces modèles. Lorsqu'ils sont territorialisés, ces modèles participent à la performance globale de l'entreprise par une stratégie axée sur la qualité, la durabilité et la

proximité. Ces principes tendent à différencier les entreprises dans l'espace concurrentiel, par le biais de critères de performance fondés sur :

- la soutenabilité écologique,
- l'usage,
- l'accessibilité,
- la création de valeur partagée avec les parties prenantes du territoire.

C'est finalement en redéfinissant la stratégie de l'entreprise que la transition écologique peut largement participer au renforcement de la valeur ajoutée territoriale, autant au niveau des interrelations, de la quantité produite et de la qualité des produits offerts. Elle pourra dès lors favoriser la résilience économique et écologique du territoire.

Au lieu de saupoudrer les soutiens aux multiples aéroports, maintenons juste les liaisons entre Toulouse/Montpellier et le hub de Roissy et attribuons les aides à construire la LGV entre Montpellier et l'Espagne. Les Biterrois, Audois et Perpignanais prendraient alors le TGV au lieu de l'avion pour se rendre à Montpellier ou à Paris. Cela aurait un impact positif sur l'environnement. L'avion serait réservé aux grandes distances hors de France via le hub parisien.
Dominique Tourneix - Diam Bouchage

L'économie circulaire est au cœur de nos réflexions pour avancer en la matière il nous faut des engrais organiques, normés et homologués. Je pense que l'agroécologie apporte une source de solutions alternatives aux techniques conventionnelles et permet d'éviter les traitements préventifs en agissant au bon moment, au bon endroit, avec la bonne dose.
Anne Paulhe-Massol - Arterris



Circuits courts

Les circuits courts sont des circuits directs d'échange ou de distribution de ressources, autant au niveau de la relation entre le fournisseur et le producteur (production) que de la relation entre le producteur et l'utilisateur (distribution).

Économie circulaire

L'économie circulaire est un « système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits, vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en développant le bien-être des individus » définition de l'ADEME.

Économie de la Fonctionnalité et de la Coopération (EFC)

« L'économie de la fonctionnalité consiste à fournir aux entreprises, individus ou territoires, des solutions intégrées de services et de biens reposant sur la vente d'une performance d'usage ou d'un usage et non sur la simple vente de biens. Ces solutions doivent permettre une moindre consommation des ressources naturelles dans une perspective d'économie circulaire, un accroissement du bien-être des personnes et un développement économique » définition de l'ADEME.

EFC, un nouveau modèle économique basé sur la durabilité

Il se vend en France, chaque année, des millions de lave-linge, pour leur totalité, importés et souvent de durée de vie très courte car de bas de gamme. L'empreinte écologique de ces lave-linges est très élevée car ils sont transportés sur des très longues distances avant d'arriver en France. Le coût de leur recyclage est élevé pour une utilisation effective qui aura été très brève. Un lave-linge fabriqué en Occitanie réduirait considérablement cette empreinte écologique. Pour cela, il faudrait que ce lave-linge « durable » soit tout d'abord réparable, ce qui impose qu'aucun de ses composants n'excède un certain pourcentage de la valeur d'usage résiduelle de la machine. Ce lave-linge, plus cher qu'un lave-linge importé, devrait être partageable de manière à équiper des immeubles où il serait installé en accès pour servir plusieurs foyers. Moins de lave-linge seraient vendus chaque année, d'où une économie de ressources naturelles, mais ceux-ci auraient une valeur et un prix plus élevés. En même temps, cela accroîtrait le « Made in France » et l'emploi tout en réduisant le déficit de la balance commerciale.

⁹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Rapport_Brundtland

LE VIRAGE NUMÉRIQUE



Le virage numérique bouleverse à la fois l'organisation, les processus de production et l'appréhension des marchés des entreprises. Cette révolution ne se limite pas à l'utilisation de nouvelles technologies telles que la robotique, les imprimantes 3D, les données massives ou l'intelligence artificielle. La révolution numérique peut, en effet, être appréhendée comme levier de croissance de la valeur que les entreprises créent. La relation aux clients change de manière substantielle en donnant un avantage aux entreprises qui accèdent aux données que ceux-ci produisent via les objets numériques qu'ils utilisent (smartphones, ordinateurs, objets connectés). Dans cette perspective, une utilisation plus marquée des réseaux sociaux, notamment par les TPE et PME/PMI, pourrait constituer un facteur de croissance important.

Un chiffre

Si plus de la moitié des consommateurs français effectue des achats en ligne, seule une PME sur huit propose ses produits et services en ligne.

(qui est aussi une opportunité, comme toujours) est qu'ils deviennent de simples sous-traitants d'entreprises qui offrent en apparence la gratuité de leurs services, via des plates-formes numériques : Amazon, Google mais aussi les « uber » divers dans le secteur de la logistique. Au final, c'est bien la position de marché ou sur la chaîne de valeur qui est interrogée puissamment par le virage ou la transition numérique.

SnCF, l'agrégateur de mobilité

La SnCF, confrontée à la concurrence de Google qui propose déjà aux États-Unis des offres de transport intégrées et optimisées, ne se présente plus aujourd'hui comme une entreprise de transport ferroviaire mais comme un « agrégateur de mobilité » en jouant sur les complémentarités de service offertes par le train, Transdev, Autolib', Vélib', blablacar ou Ouibus.

NUMÉRIQUE ET TERRITOIRE : UN RAPPORT PARADOXAL

Le virage numérique est à comprendre à deux niveaux : à travers les entreprises du secteur numérique et via celui, beaucoup plus large et transversal, des entreprises dans lesquelles les nouvelles technologies peuvent se déployer. De façon générale, le virage numérique peut être appréhendé à travers des outils technologiques au service de la coordination des acteurs. La mondialisation serait impossible sans ces outils, au même titre que les trois modèles économiques de

transition écologique que nous avons explicités, qui s'appuient principalement sur une dimension relationnelle.

Le rapport du numérique au territoire est paradoxal : les systèmes d'informations intégrés rendent possible la décomposition mondiale des chaînes de valeur, donc des dynamiques a-territoriales, mais peuvent également s'avérer utiles, voire indispensables, pour organiser des relations de coopérations dans le cadre de circuits-courts de proximité, d'une économie circulaire territorialisée, de nouveaux usages mutualisés, et de toute forme de gouvernance partagée.

Pour autant, si le numérique favorise la coopération, il n'est pas suffisant pour la rendre effective. Des rencontres physiques, dans le cadre d'une proximité géographique permanente ou temporaire, sont indispensables pour la connaissance, compréhension et confiance mutuelles des acteurs. Il est donc important de soutenir les TPE et PME dans l'intégration des outils numériques, tout en créant les conditions favorables aux rencontres territoriales, à travers des événements, des espaces particuliers tels que les fablabs ou des projets fédérateurs.

CONSTRUIRE UNE CULTURE TERRITORIALE DU NUMÉRIQUE

L'économie numérique est un secteur en tant que tel, et doit également faire l'objet d'une politique de développement : les technologies numériques développées ont un effet prescriptif. Créer une culture commune du numérique est indispensable pour maîtriser la trajectoire territoriale et sociétale. Une dynamique a été lancée avec l'Institut des 3IA : l'intelligence artificielle, les objets connectés, sont des outils qui peuvent être redéployés dans de nombreux secteurs et favoriser la densification des relations, à la fois en intra-filière et en inter-filière.

De plusieurs façons, les projets d'innovation et de R&D participent à construire une culture territoriale du numérique, à développer des savoir-faire et s'avèrent être de réels facteurs d'attractivité, notamment à travers les compétences qui se développent et les perspectives de nouveaux

débouchés. Ainsi, une politique du numérique peut contribuer à favoriser la constitution d'un écosystème régional spécifique, et sa densification.

Les entreprises ont besoin d'acteurs impartiaux, avec une vision globale des méthodes informatiques appliquées à la gestion des entreprises. [...]

La valorisation du territoire, [...]

c'est aussi la capacité de ce territoire à aider les entreprises à se digitaliser en mobilisant ses ressources humaines et financières.

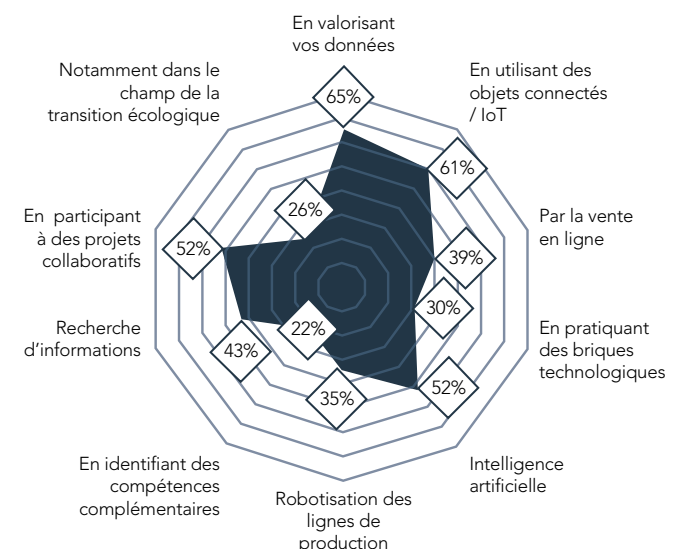
Franck Berthu, chargé de mission innovation et transformation numérique, AD'OCC

Les plateformes numériques (type Airbnb) vont s'étendre dans tous les domaines, entraînant l'arrêt de l'intermédiation. C'est un risque comme une opportunité pour les territoires. Il y a un véritable enjeu autour de la territorialisation des datas.

Xavier Bochaton - Thalès Avionics

De quelle manière le numérique vous permet-il d'augmenter votre valeur ajoutée ?

source : résultats de l'enquête menée auprès des membres du CAE en mai 2019 (cf annexe I page 36)





PARTIE 2 LES PRÉCONISATIONS

L'impact des mutations sur l'orientation des décisions et choix stratégiques pris par les entreprises d'Occitanie nous pousse à préconiser des actions qui intègrent le maximum de mutations, de manière systémique. En effet, c'est ainsi que l'impact de ces préconisations sera optimisé et conduira à maximiser l'augmentation de la valeur ajoutée territoriale.

SOMMAIRE DE LA PARTIE 2

Six axes et quinze préconisations	p. 22
Axe 1	p. 24
Axe 2	p. 26
Axe 3	p. 29
Axes 4, 5 et 6	p. 30
La question en un coup d'œil	p. 32

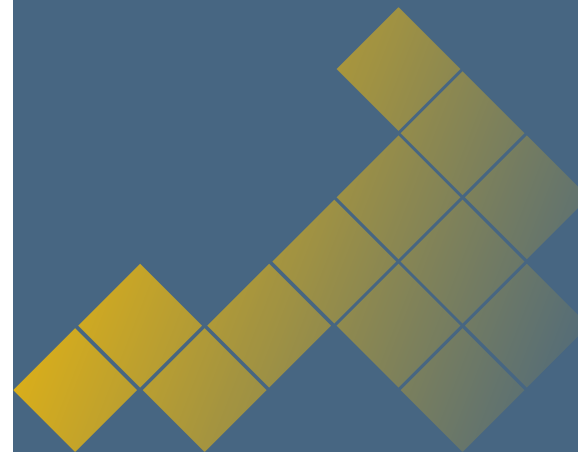
SIX AXES ET QUINZE PRÉCONISATIONS

QU'EST QU'UNE PRÉCONISATION ?

Pour opérer un tri avisé, nous avons considéré comme préconisations, les propositions qui s'inscrivent dans la perspective des trois mutations retenues : mondialisation, écologique, numérique, qui ont un effet de renforcement de la valeur ajoutée territoriale et qui s'adressent directement au Conseil Régional.

Nos quinze préconisations sont réparties en six grands axes, le premier axe étant, à nos yeux, le plus puissant et le plus ambitieux. Les préconisations qui en ont sont issues agrègent les trois composantes de la valeur ajoutée territoriale :

- l'augmentation des quantités produites,
- l'augmentation de la valeur des biens ou des services produits,
- la densification des relations entre les acteurs sur le territoire régional.



AXE 1. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES, DE LEUR VALEUR ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

1. Identifier les entreprises ayant un intérêt à rester en Occitanie et s'appuyer sur elles pour promouvoir les nouveaux modèles économiques destinés à créer de la VAT.
2. Introduire un critère de production locale et/ou d'ancrage territorial ainsi qu'un critère de transition écologique, dans les appels à projets de la Région Occitanie et rendre les marchés publics incitatifs en ce sens.
3. Détecter et favoriser les potentiels de seconde transformation dans le secteur agro-industriel, dans d'autres filières (bois, santé, déchets plastiques cf. PRAEC) et ceux liés aux opérations de démantèlement dans certains domaines (nucléaire / aéronautique / batteries).
4. Affirmer le rôle d'ingénierie territoriale du Conseil Régional, en incitant les territoires à produire des diagnostics territoriaux partagés, à améliorer la connaissance des flux et à optimiser le redéploiement des compétences sur leur territoire.

AXE 2. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR LA HAUSSE DE LA VALEUR DES BIENS ET SERVICES PRODUITS ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

5. Soutenir des expériences pilotes en termes d'EFC qui contribuent à augmenter la VAT, favoriser la consommation responsable et l'allongement de la durée d'usage.
6. Promouvoir les usages du numérique liés au développement d'une économie circulaire et de circuits courts territorialisés.
7. Soutenir les projets de recherche et de prototypage qui permettent d'aboutir à la production de biens et services industriels et orienter les outils financiers régionaux au service prioritaire du développement durable.
8. Créer des observatoires sectoriels et/ou par filière des compétences industrielles à l'image de celui de l'UIMM¹⁰.

AXE 3. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

9. Renforcer les activités à forte valeur ajoutée en attirant prioritairement les entreprises qui produisent du haut de gamme, celles qui développeront leur R&D en Occitanie, celles qui ont les compétences complémentaires pertinentes pour les autres acteurs de l'écosystème.
10. Développer les BtoB d'envergure internationale, à l'image d'Aeromart, dans des secteurs autres que l'aéronautique, consistant à mettre en relation directe sur un ou deux jours les responsables achats de grands groupes (présents dans la région ou non) et des PME locales.

AXE 4. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

11. Faire émerger les conditions favorables au co-apprentissage entre acteurs du territoire dans le cadre de projets.
12. Tirer parti de la régionalisation des pôles de compétitivité pour sensibiliser les entreprises aux relations partenariales dans la durée et pour soutenir leurs actions ayant un impact positif sur la valeur ajoutée territoriale ; dans le cadre des missions des pôles et clusters, structurer et organiser le travail collaboratif, notamment à travers une fonction de coordination pour des réponses globales aux appels d'offre.

AXE 5. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR LA HAUSSE DE LA VALEUR DES BIENS ET SERVICES PRODUITS

13. Créer et développer un label produit local écologique, reconnu nationalement et internationalement, permettant de cibler et soutenir les entreprises engagées.

AXE 6. AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES

14. Soutenir en les ciblant les entreprises à potentiel qui produisent en Occitanie dans leurs efforts à l'exportation, en s'appuyant notamment sur leur transformation numérique.
15. Soutenir les entreprises produisant en Occitanie et promouvoir, à travers des offres combinées, la consommation locale de ces produits et services.

¹⁰ Union des Industries et Métiers de la Métallurgie

AXE
1.

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR
L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES, LEUR VALEUR ET LA
DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

1. Identifier les entreprises ayant un intérêt à rester en Occitanie et s'appuyer sur elles pour promouvoir les nouveaux modèles économiques destinés à créer de la VAT.

Certaines entreprises, au regard de leur stratégie, du périmètre de leur zone de chalandise et des contraintes de leur modèle économique, n'ont pas pour priorité de localiser leurs activités, notamment les activités de production, sur le territoire de l'Occitanie.

Au contraire, nombreuses sont celles pour qui l'ancrage territorial dans notre Région est un élément de leur ADN.

Pour d'autres encore, l'ancrage territorial en Occitanie est une stratégie de développement qui vise à optimiser les relations au sein d'un écosystème, de manière durable et dans la perspective d'une raréfaction des ressources et d'une plus grande proximité autant avec les fournisseurs qu'avec les clients. Tel est l'enjeu des nouveaux modèles économiques.

Aussi, il apparaît pertinent d'identifier ces entreprises et de s'appuyer sur elles pour promouvoir les nouveaux modèles économiques qui génèrent, par définition, de la valeur ajoutée territoriale.

« Il faudrait pouvoir identifier les grandes entreprises d'Occitanie qui pourraient être inspirantes et attachées à l'ancrage territorial. »
Jean Tkaczuk - CCRRDT

« La proximité physique de la R&D et du site de production constitue un atout indéniable. Un site de fabrication seul n'aura pas autant d'avantage qu'un site qui allie production et centre de R&D. Pour avoir de nouvelles idées il faut se rencontrer. L'écosystème qui s'est construit ici autour de l'électronique embarqué est riche et le savoir-faire est important : il y a un cluster technologique, l'IRT Saint-Exupéry et des laboratoires de recherche très actifs. » *Stefan May - Continental*

»

« Je souhaiterais que les entreprises qui s'inscrivent dans l'économie circulaire et le ré-emploi puissent davantage travailler pour et avec les services de la Région. » *Jean-Julien Urbain - Merci René*

« Lorsque la Région choisit des partenaires, il faudrait qu'elle choisisse ceux qui font les plus gros efforts en matière écologique et sur la question des relations de proximité. »
Mikael Bresson - Phytocontrol

2. Introduire un critère de production locale et/ou d'ancrage territorial ainsi qu'un critère de transition écologique, dans les appels à projet concernant la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée et rendre les marchés publics incitatifs en ce sens.

Il paraît essentiel pour les entreprises du territoire comme pour celles investies dans le Club d'analyse économique que la Région puisse être exemplaire sur ce point. La Région en tant que donneur d'ordre pourrait ainsi privilégier la collaboration avec des entreprises installées et produisant en Occitanie et/ou qui s'inscrivent dans l'économie circulaire et le réemploi. De même, de par la définition de critères spécifiques, la Région pourrait, à travers les appels d'offres qu'elle émet, valoriser les entreprises qui investissent la question écologique et les relations de proximité avec leurs clients et fournisseurs.

3.

Détecter et favoriser les potentiels de seconde transformation dans le secteur agro-industriel, dans d'autres filières (bois, santé, déchets plastiques¹¹) et ceux liés aux opérations de démantèlement dans certains domaines (nucléaire, aéronautique, batteries).

Relocaliser la production sur des sites implantés en Occitanie : dans le secteur agro-alimentaire, nombre de matières premières sont produites dans notre région mais transformées au-delà de l'Occitanie. C'est le cas notamment pour le blé dur produit par la coopérative agricole Arterris et transformé en Provence-Alpes-Côte-d'Azur.

Le second enjeu est de favoriser l'utilisation de ressources, dites « déchets », produites par certains secteurs et d'en faire de la matière première, disponible localement pour d'autres. Ainsi, sont développées la production locale, la valeur des ressources et les relations entre les acteurs d'un même territoire. Cela suppose une connaissance fine des territoires, des acteurs présents et des compétences disponibles ou nécessaires.



4.

Affirmer le rôle d'ingénierie territoriale du Conseil Régional, en incitant les territoires à produire des diagnostics territoriaux partagés, à améliorer la connaissance des flux et à optimiser le redéploiement des compétences sur leur territoire.

S'inspirant de la démarche initiée par l'ADEME et Toulouse Métropole, dans le cadre de l'analyse des fuites économiques - Local Shift¹²-, la Région pourrait inciter les collectivités territoriales à affiner la connaissance des flux, à clarifier les opportunités de développement sur ce territoire et à identifier les compétences disponibles et/ou nécessaires. Ces analyses territoriales pourraient être croisées avec les observatoires déjà existants et/ou en cours de construction tel que celui de l'UIMM ou l'Observatoire 4.0 de la Région sur la GPEC (gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences).

« Il faudrait organiser pour les porteurs de projets, la rencontre groupée de l'ensemble des acteurs concernés de près ou de loin par l'accompagnement pour favoriser la co-construction des solutions sur le territoire. Aujourd'hui, il est impossible de réunir en une seule fois l'ensemble des acteurs institutionnels pour travailler de concert. Il y a différents acteurs, différents échelons et il faut aller frapper à chacune des portes, quand on les connaît c'est très chronophage. »
Patrick Thauhay - Autantyk

¹¹ Cf. PRAEC
¹² outil et démarche développés par le cabinet UTOPIES
www.utopies.com

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR LA HAUSSE DE LA VALEUR DES BIENS ET SERVICES PRODUITS ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE



« Pour avoir des perspectives de croissance, deux solutions sont identifiées. On peut augmenter le volume des prestations et des prix pour

faire de plus grandes marges, en générant une pression sur le travail. Ou bien s'engager sur l'économie de fonctionnalité pour révéler la valeur ajoutée créée et qui n'est pas encore commercialisée. La démarche consiste à identifier les effets induits positifs de l'intervention sur les clients, en les interrogeant notamment, pour faire évoluer l'offre et se différencier. La finalité est de coopérer avec le client créer une valeur ajoutée « intéressante et durable », et qui a du sens pour les salariés. L'idée est de valoriser les ressources immatérielles de l'entreprise du client : confiance, pertinence du travail, santé, qui sont nécessaires pour la performance globale. »

Julien Falgayrat - Ergonova



5.

Soutenir des expériences pilotes en termes d'EFC qui contribuent à augmenter la VAT, favoriser la consommation responsable et l'allongement de la durée d'usage.

L'économie de la fonctionnalité et de la coopération fonde son approche sur les notions d'usage, d'accès et de durée. Elle vise l'allongement de la durée de vie des biens, à travers :

- la mise en partage des biens (mutualisation)
- la location ou la vente lorsque l'offre s'accompagne d'un bouquet de services : services de réparation, de maintenance, gestion de fin de vie, etc.

Ces nouveaux modes de contractualisation, associés à un ensemble de services de proximité, vont concourir à encadrer et développer les relations entre acteurs d'un même territoire.

Afin d'inciter les consommateurs à adopter un comportement de consommation responsable, il conviendrait de :

- Faire un effort spécifique d'éducation et de sensibilisation ;
- Mettre à disposition les informations disponibles pour comparer les produits et faire connaître les conditions d'usage optimales pour préserver la durée de vie des produits utilisés ;
- Donner aux consommateurs/utilisateurs les moyens de réemployer et de réparer les produits à un coût moins élevé que l'achat d'un produit neuf (réparation, achat / vente d'occasion, don).



DEUX EXEMPLES PARTICULIERS D'ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ ET DE LA COOPÉRATION LIÉS AU NUMÉRIQUE

LES LIVING LABS

Ce sont des laboratoires d'innovation ouverte dans lequel l'utilisateur est placé au centre du dispositif afin d'imaginer, développer et créer des services ou outils innovants. C'est un nouveau système d'innovation où les personnes ne sont plus de simples utilisateurs mais deviennent acteurs et collaborateurs : l'usager est impliqué dans la co-conception d'une nouvelle solution, le plus souvent dans le domaine du numérique. C'est une nouvelle forme de gouvernance, qui détermine les potentiels usages d'une innovation à travers les attentes, besoins, représentations et l'expérimentation qu'en fait l'usager.



LES FAB LABS

Ils offrent de nouvelles perspectives en termes de partage et de mixage des acteurs, et également de dématérialisation de l'économie, remettant en cause les processus productifs existants : la territorialisation de la production est une nouvelle perspective offerte par ces lieux ouverts, qui peut s'inscrire par exemple dans une possible production locale des biens matériels par le biais d'imprimantes 3D mises en partage et la garantie de leur réparabilité par l'impression de modules complémentaires.

6.

Promouvoir les usages du numérique liés au développement d'une économie circulaire et de circuits courts territorialisés.

L'économie circulaire s'intéresse principalement à la gestion des flux physiques (matières, logistique) dans une perspective d'éco-conception des biens et services et d'approvisionnement local, de sorte que leur impact sur la nature soit minimisé tout au long de leur cycle de vie.

En ce sens, les outils numériques peuvent bénéficier à l'économie circulaire principalement à travers les flux d'informations (collecte de données qui répond aux nécessités en termes de traçabilité et d'optimisation logistique, logiciels qui analysent le cycle de vie des produits).

L'outil numérique facilite la coordination intra et inter-entreprises et la mise en place d'une démarche en économie circulaire, à travers :

- La connaissance des chaînes de valeur qui traversent le territoire et l'adéquation entre la demande et le besoin, donc une connaissance organisée et approfondie du tissu d'activité local ;
- La connaissance des entreprises à l'échelle locale et leur mode d'approvisionnement, dans l'idée de créer des filières locales d'approvisionnement et de concevoir la multifonctionnalité des ressources.

L'enjeu majeur des circuits-courts territorialisés réside en la coordination locale des acteurs. Elle nécessite d'établir des relations de confiance fondées sur une connaissance et compréhension mutuelles, choses que les technologies de l'information et de la communication ne peuvent, à elles seules, se charger de construire. Pour autant, elles peuvent s'avérer souhaitables, voire indispensables, lorsqu'il s'agit d'organiser l'action collective des diverses parties prenantes engagées, grâce à divers canaux : moyens de communication, logiciels de traitement de données, etc. Ces outils peuvent également garantir une meilleure traçabilité des biens et la transparence de la chaîne, ce qui est aujourd'hui nécessaire pour répondre à des exigences en termes de qualité, mais également pour ancrer l'échange dans un système de valeur et une relation de confiance dans la durée.

7.

Soutenir les projets de recherche et de prototypage qui permettent d'aboutir à la production de biens et services industriels et orienter les outils financiers régionaux au service prioritaire du développement durable.

L'écologie industrielle et territoriale, également appelée « symbiose industrielle », relève d'un mode d'organisation inter-entreprises fondé sur une complémentarité qui permet les échanges de flux ou une mutualisation de besoins.

En déclinant cette approche au travers de critères concrets dans le cadre des dispositifs financiers régionaux, la Région soutiendrait, de manière prioritaire, les projets s'inscrivant dans une démarche de développement durable. Une attention particulière devrait être portée sur les projets les plus avancés et prêts à tester leur prototype et/ou les projets de recherche.

« Nous avons relocalisé sur le territoire de Lannemezan une activité de fabrication en petites séries de vélos et petits véhicules de mobilité douce. Notre objectif, implanter durablement les savoir-faire et les outils nécessaires à l'ancrage de cette filière industrielle sur notre territoire. Les outils de production de cette industrie sont spécifiques et donc complexes à acquérir. Ceux qui existent sont fabriqués en Chine, non-importables et souvent développés autour de la main d'œuvre à bas coût, ceux qui sont fabriqués ici sont principalement non adaptés car conçus pour d'autres industries. Les aides aux investissements productifs pour les TPE/ PME sont de qualité dans notre région, cependant cet argent part quasi systématiquement dans d'autres pays, car il n'existe plus ou peu de fabricants de machines-outils de ce type en France. Nous souhaiterions voir émerger des aides renforcées pour ceux qui décident d'investir dans du développement local mais également des aides sur le reconditionnement de machines d'occasion, car l'argent public ainsi investi reste en totalité sur le territoire et revalorise des filières complètes. L'innovation n'est pas uniquement synonyme de nouvelles technologies, nous pouvons appliquer ce concept aux nouvelles façons de penser l'industrie valorisant l'humain et ses savoir-faire quand la nouvelle technologie n'est pas forcément nécessaire. »

Frédéric Bernard et Thomas Lecompte - MILC Industry

8.

Créer des observatoires sectoriels et/ou par filière des compétences industrielles à l'image de celui de l'UIMM.

Il est essentiel que les entreprises d'Occitanie trouvent localement les compétences humaines dont elles ont et, surtout, auront besoin dans le futur. Le maintien d'une activité et d'autant plus son extension est toujours un pari sur l'avenir. Ce pari ne saurait être tenté par une entreprise si elle a un doute sur la disponibilité des compétences dont elle aura besoin.

En assurant l'existence d'observatoire des compétences industrielles, par secteurs et/ou par filière, la Région créera les conditions favorables à la pérennisation et au développement d'activités industrielles locales. Ces observatoires ne pourront se faire qu'avec la coopération des acteurs, clusters et pôles de compétitivités concernés ainsi que les branches professionnelles (aéro, espace, agriculture, IAA, numérique, automobile...).

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

9.

Renforcer les activités à forte valeur ajoutée en attirant prioritairement les entreprises qui produisent du haut de gamme, celles qui développeront leur R&D en Occitanie, celles qui ont les compétences complémentaires pertinentes pour les autres acteurs de l'écosystème.

Travailler la question de l'attractivité du territoire à travers le prisme de l'augmentation de la valeur ajoutée territoriale : pour cela, cibler les entreprises qui produisent des produits et services à forte valeur ajoutée / haut de gamme, celles qui souhaitent développer leur R&D sur le territoire et celles qui ont ou développent des compétences complémentaires et donc intéressantes pour les autres acteurs d'un même écosystème.

»

« En 2016, nous avons acquis Gunboat, un chantier américain de catamarans de luxe. Après avoir envisagé l'implantation aux États-Unis

et au regard des difficultés rencontrées, nous avons décidé de relocaliser l'activité à La Grande Motte et d'investir dans la formation pour les équipes locales. Aujourd'hui la question de l'attractivité du territoire se pose en matière de recrutement, nous rencontrons des difficultés pour trouver des profils d'ouvriers qualifiés alors même que nous sommes sur un secteur d'activité qui fait rêver. Ceci nous a amené à mettre en place des formations dans nos installations. »
Xavier Desmarest - Outremer Yachting

« L'attractivité des territoires, de la région comme de villes spécifiques, est un enjeu majeur pour répondre aux problématiques de recrutement et renforcer les écosystèmes. Il nous faudrait aussi deux ou trois stars du monde économique ou scientifique ayant une envergure internationale et dont la notoriété pourrait profiter à la région toute entière. »
Frédérique Letellier - IBM

10.

Développer les BtoB d'envergure internationale, à l'image d'Aeromart, dans des secteurs autres que l'aéronautique, consistant à mettre en relation directe sur un ou deux jours les responsables achats de grands groupes (présents dans la région ou non) et des PME locales.

La spécificité de l'événement Aeromart est justement de ne pas être un salon mais un rendez-vous professionnel BtoB qui organise des rencontres directes entre fournisseurs potentiels, implantés sur l'Occitanie, et les acheteurs de grandes entreprises.



AXE 3.

AXE 4.

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

11.

Faire émerger les conditions favorables au co-apprentissage entre acteurs du territoire dans le cadre de projets.

Le co-apprentissage est entendu ici comme une dynamique collaborative entre les acteurs d'un même territoire qui génère une émulation, tant d'un point de vue intellectuel que technique, et invite au développement d'activités et à l'innovation. En créant des dispositifs et des appels à projets qui favorisent les collaborations entre acteurs, la Région soutiendrait ce type de dynamique vertueuse et génératrice de valeur ajoutée territoriale.

12.

Tirer parti de la régionalisation des pôles de compétitivité pour sensibiliser les entreprises aux relations partenariales dans la durée et pour soutenir leurs actions ayant un impact positif sur la valeur ajoutée territoriale ; dans le cadre des missions des pôles et clusters, structurer et organiser le travail collaboratif, notamment à travers une fonction de coordination pour des réponses globales aux appels d'offre.

Les pôles de compétitivité et les clusters sont des intermédiaires sectoriels / de filières pertinents pour la densification des relations entre acteurs d'un même territoire. Aider les entreprises à mieux s'identifier, mieux connaître leurs compétences réciproques et les opportunités de collaboration possibles... notamment dans le cadre de réponses conjointes à des appels d'offre pour lesquels des réponses isolées seraient moins pertinentes et moins compétitives. Sur cet aspect, les pôles et clusters ont un enjeu fort de développement de leur rôle de coordinateur.

»

« Maintenir et nourrir un écosystème favorable permet de tirer nos activités vers le haut. Nous travaillons régulièrement avec les laboratoires et les universités et beaucoup de challenges et d'idées émergent de ces collaborations. » *Jessy Favari - Phytocontrol*

« L'Occitanie a de l'avance sur la question de l'éthique de la data. Stratégiquement, c'est un champ intéressant à investir. Nous pourrions avoir une vision unique forte : être la Région leader du numérique éthique en Europe. » *Pierre Deniset - Kaliop*

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES ET LA DENSIFICATION DES RELATIONS ENTRE ACTEURS SUR LE TERRITOIRE

13.

Créer et développer un label « produit local écologique », reconnu nationalement et internationalement, permettant de cibler et soutenir les entreprises engagées.

Aider les entreprises d'Occitanie à être mieux identifiées et valoriser leurs démarches d'ancrage territorial à travers la création d'un label reconnaissant la production locale et l'engagement écologique. Pour rendre ce label pertinent et visible par rapport à d'autres démarches similaires, la Région devra le développer et investir fortement sur l'aspect communication, à l'échelle nationale et internationale.

AXE 5.

AUGMENTATION DE LA VALEUR AJOUTÉE TERRITORIALE PAR L'AUGMENTATION DES QUANTITÉS PRODUITES

14.

Soutenir, en les ciblant, les entreprises à potentiel qui produisent en Occitanie dans leurs efforts à l'exportation, en s'appuyant notamment sur leur transformation numérique.

Pour certaines entreprises, l'internationalisation est un enjeu de développement vers de nouveaux marchés. Lorsque celles-ci produisent en Occitanie, cette stratégie permet d'augmenter la valeur ajoutée territoriale. Elle est facilitée par le numérique qui permet à une entreprise une commercialisation en ligne, à l'échelle internationale, de ses produits / services. Mais le numérique permet aussi de nouvelles applications ou le développement d'innovations de procédés qui viennent compléter le catalogue proposé.

»

« Les enjeux du numérique sont nombreux mais l'appréhension de l'écosystème numérique est encore compliqué pour les non-initiés, qui sont nombreux. Il y a besoin de décodage. »

Xavier Desmarest - Outremer Yachting

15.

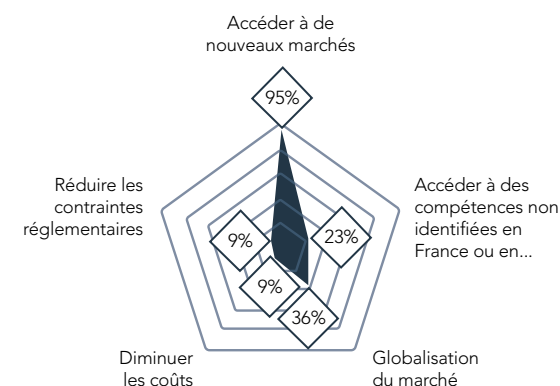
Soutenir les entreprises produisant en Occitanie et promouvoir, à travers des offres combinées, la consommation locale de ces produits et services.

De manière encore plus ciblée, la Région pourrait soutenir les entreprises qui produisent en Occitanie en promouvant des offres combinées qui proposeraient des produits et services locaux et/ou écologiques. Dans le secteur du tourisme notamment, la Région pourrait ainsi proposer des expériences 100% occitanes (cures, visites, gastronomie, artisanat, culture, etc.).

»

« Il y a un potentiel de consommation régionale qui passe par l'éveil des consciences. Quand on vit sur notre territoire, choisir sa cure thermale ou ses prochaines vacances en Occitanie c'est soutenir à son niveau la valeur ajoutée territoriale. » *Christophe Echavidre - Thermes de Barbotan - chaîne thermale du soleil*

Les motifs de présence à l'étranger



LA QUESTION

EN UN COUP D'ŒIL

Le tableau ci-dessous présente les quinze préconisations en fonction de leur prise en compte plus ou moins complète des trois composantes de la valeur ajoutée territoriale.

Augmentation de la valeur des biens ou des services produits

Densification des relations entre les acteurs sur le territoire régional

Augmentation des quantités produites

1. Identifier les entreprises ayant un intérêt à rester en Occitanie et s'appuyer sur elles pour promouvoir les nouveaux modèles économiques destinés à créer de la VAT.

2. Introduire un critère de production locale et/ou d'ancrage territorial ainsi qu'un critère de transition écologique, dans les appels à projet concernant la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée et rendre les marchés publics incitatifs en ce sens.

3. Détecter et favoriser les potentiels de seconde transformation dans le secteur agro-industriel, dans d'autres filières (bois, santé, déchets plastiques) et ceux liés aux opérations de démantèlement dans certains domaines (nucléaire, aéronautique, batteries).

4. Affirmer le rôle d'ingénierie territoriale du Conseil régional, en incitant les territoires à produire des diagnostics territoriaux partagés, à améliorer la connaissance des flux et à optimiser le redéploiement des compétences sur leur territoire.

5. Soutenir des expériences pilotes en termes d'EFC qui contribuent à augmenter la VAT, favoriser la consommation responsable et l'allongement de la durée d'usage.

6. Promouvoir les usages du numérique liés au développement d'une économie circulaire et de circuits courts territorialisés.

7. Soutenir les projets de recherche et de prototypage qui permettent d'aboutir à la production de biens et services industriels et orienter les outils financiers régionaux au service prioritaire du développement durable.

8. Créer des observatoires sectoriels et/ou par filière des compétences industrielles à l'image de celui de l'UIMM.

9. Renforcer les activités à forte valeur ajoutée en attirant prioritairement les entreprises qui produisent du haut de gamme,

celles qui développeront leur R&D en Occitanie, celles qui ont les compétences complémentaires pertinentes pour les autres acteurs de l'écosystème.

10. Développer les BtoB d'envergure internationale, à l'image d'Aeromart, dans des secteurs autres que l'aéronautique, consistant à mettre en relation directe sur un ou deux jours les responsables achats de grands groupes (présents dans la région ou non) et des PME locales.

13. Créer et développer un label « produit local écologique », reconnu nationalement et internationalement, permettant de cibler et soutenir les entreprises engagées.

11. Faire émerger les conditions favorables au co-apprentissage entre acteurs du territoire dans le cadre de projets.

12. Tirer parti de la régionalisation des pôles de compétitivité pour sensibiliser les entreprises aux relations partenariales

dans la durée et pour soutenir leurs actions ayant un impact positif sur la valeur ajoutée territoriale ; dans le cadre des missions des pôles et clusters, structurer et organiser le travail collaboratif, notamment à travers une fonction de coordination pour des réponses globales aux appels d'offre.

14. Soutenir, en les ciblant, les entreprises à potentiel qui produisent en Occitanie dans leurs efforts à l'exportation, en s'appuyant notamment sur leur transformation numérique.

15. Soutenir les entreprises produisant en Occitanie et promouvoir, à travers des offres combinées, la consommation locale de ces produits et services.

ANNEXES

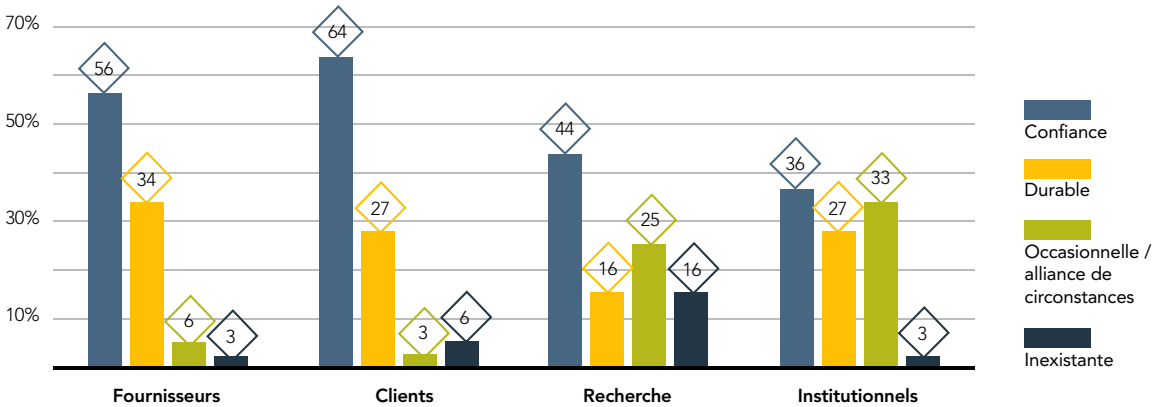
SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1 - Résultats de l'enquête	p. 36
Annexe 2 - Résultats du baromètre sur les préconisations	p. 38
Annexe 3 - Définitions de l'économie circulaire et des circuits courts	p. 39
Annexe 4 - Définition de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération	p. 40
Annexe 5 - Définitions de l'internationali- sation et de la mondialisation	p. 40
Bibliographie	p. 41

Enquête menée auprès des membres du Club d'analyse économique d'Occitanie et portant sur la valeur ajoutée territoriale et l'impact des trois mutations (mondialisation, transition écologique et virage numérique) sur le développement des entreprises. Enquête diffusée par e-mails et ayant recueilli un taux de réponse

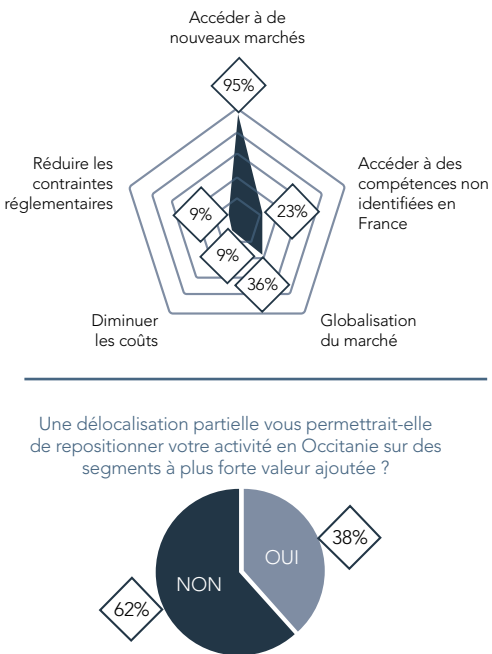
de 45% soit 33 répondants sur 73 entreprises interrogées. 88% des répondants déclarent avoir leurs activités de conception, savoir-faire et de production principalement situées en Occitanie. 29% des répondants déclarent ne pas être présents à l'étranger.

1. Les liens avec la région



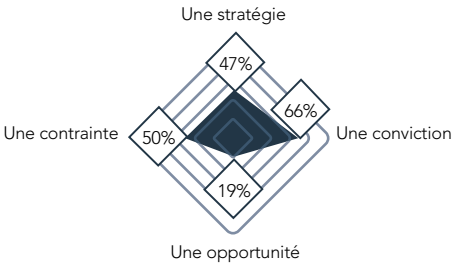
Source : résultats de l'enquête menée auprès des membres du CAE en mai 2019

2. La stratégie internationale

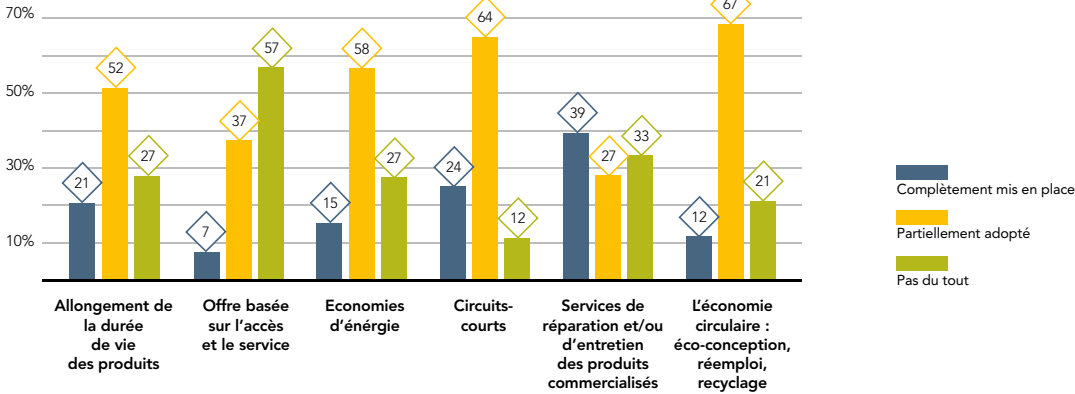


3. La transition écologique

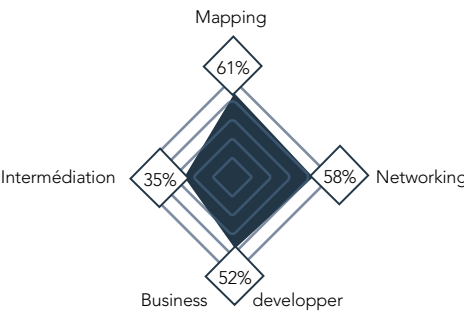
La transition écologique, c'est pour vous :



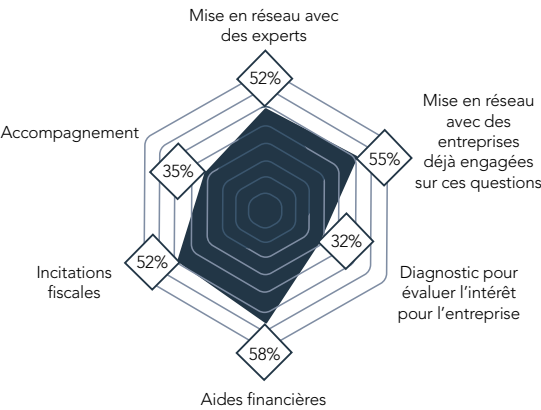
Mis en place des modèles économiques :



Quelles actions engager pour les aider à créer plus de lien ?

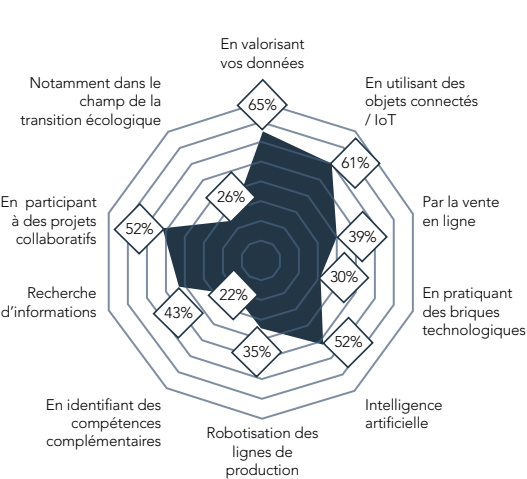


Quelles actions engager pour favoriser leur intérêt dans la transition écologique ?

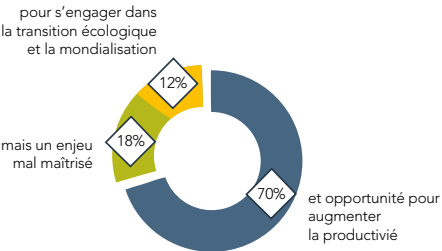


4. Le virage numérique

De quelle manière le numérique vous permet-il d'augmenter votre valeur ajoutée ?



Le numérique, c'est un pré-requis indispensable,



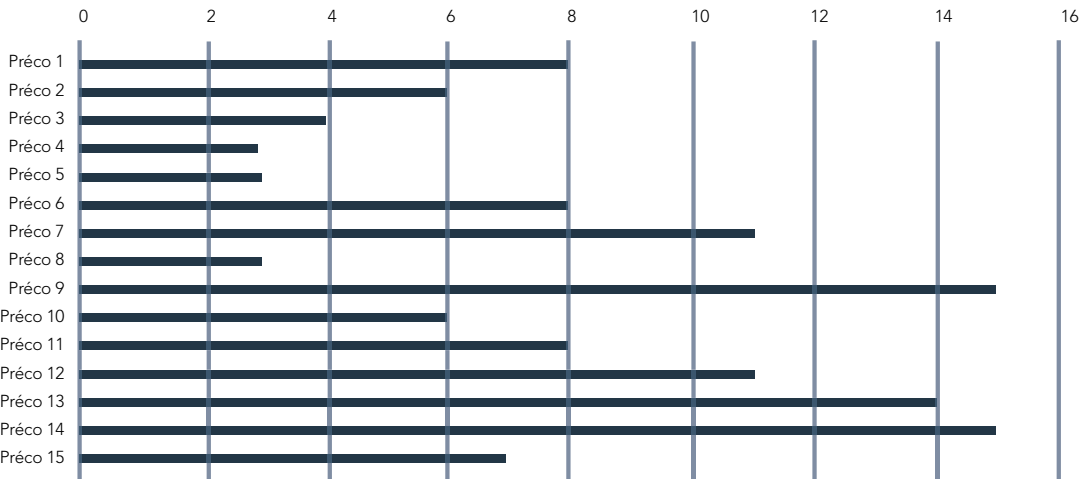
ANNEXE 2.

RÉSULTATS DU BAROMÈTRE SUR LES PRÉCONISATIONS – NOVEMBRE 2019

Rappel de la question posée : Parmi les quinze préconisations faites à la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, quelles sont les cinq qui vous semblent prioritaires.

Enquête menée auprès des membres du club, diffusée par e-mails et ayant recueilli un taux de réponse de 34% soit 25 répondants sur 73 entreprises.

Baromètre classement des préconisations - résultat de l'enquête de nov. 2019



ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET CIRCUITS COURTS LOCAUX

ANNEXE 3.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Définition de l'ADEME : il s'agit d'un système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits, vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en développant le bien-être des individus.

L'économie circulaire s'organise autour de quatre grands principes :

L'approvisionnement durable des ressources (renouvelables ou non renouvelables) : questionne les modes d'extraction et d'exploitation qui doivent avoir un impact moindre sur l'environnement, respecter les conditions de renouvellement des ressources, respecter la pérennité pour les générations futures et respecter les conditions humaines d'exploitation.

L'écoconception : réside en la conception d'un produit, d'un bien ou d'un service qui prend en compte, afin de les réduire, ses effets négatifs sur la nature tout au long de son cycle de vie, participant au renforcement de la qualité et de la performance d'un produit plus durable.

Le développement de l'écologie industrielle et territoriale : relève d'un mode d'organisation inter-entreprises fondé sur une complémentarité qui permet les échanges de flux ou une mutualisation de besoins.

La mise en œuvre de l'économie de la fonctionnalité : l'entreprise doit s'interroger sur les effets induits, directs ou indirects, par sa production et les besoins réels de ses usagers afin de construire une solution pertinente à leur égard.

LES CIRCUITS COURTS LOCAUX

On peut les définir comme étant des circuits directs d'échange ou de distribution de ressources. Ils relèvent de la désintermédiation, autant au niveau de la relation entre le fournisseur et le producteur (production) que de la relation entre le producteur et l'utilisateur (distribution). Même si cette désintermédiation n'est pas nécessairement locale, notre intérêt est d'œuvrer en faveur des circuits-courts territorialisés au sens où la désintermédiation débouche sur une relation directe entre les acteurs d'un même territoire.

Les circuits-courts locaux concernent notamment :

- **l'alimentaire** : les circuits-courts alimentaires sont connus, ils prennent plusieurs formes (vente directe à la ferme, marchés, points de vente collectifs, AMAP) et sont le plus souvent initiés par les acteurs privés locaux.
- **l'énergie** : dans ce cas, ils prennent la forme d'une production d'énergie décentralisée où la source d'énergie est située dans l'espace géographique dans lequel elle sera valorisée, distribuée et consommée.
- **les éco-industries** : l'écologie industrielle s'organise autour de complémentarités des ressources et repose également sur la triple proximité : spatiale, organisationnelle et institutionnelle. La dimension relationnelle est ici déterminante (connaissance mutuelle et compréhension des contraintes de chacun).
- **la finance** : le financement participatif et local, notamment pour des entreprises, associations locales ou plus globalement des projets ayant trait au territoire permet de fédérer financeurs et financés autour d'un projet ayant un sens significatif et reconnu par les deux parties prenantes.

La définition de l'ADEME

« L'économie de la fonctionnalité consiste à fournir aux entreprises, individus ou territoires, des solutions intégrées de services et de biens reposant sur la vente d'une performance d'usage ou d'un usage et non sur la simple vente de biens. Ces solutions doivent permettre une moindre consommation des ressources naturelles dans une perspective d'économie circulaire, un accroissement du bien-être des personnes et un développement économique. »

4 MOTS-CLÉS

Fonctionnalité : l'offre d'un acteur se construit à travers la recherche d'une performance d'usage et nécessite le plus souvent de reconsidérer les besoins réels de l'utilisateur. Cette performance d'usage se construit autour de trois notions :

Coopération : diverses parties prenantes sont engagées dans la création d'une valeur partagée, qu'ils s'agissent des acteurs agissant sur la chaîne de valeur, des usagers, des salariés, ou d'autres acteurs extérieurs.

Solution intégrée : la valeur d'usage d'un bien nécessite le plus souvent, pour être maximisée,

d'associer à son offre un bouquet de services. Pour ce faire, une réflexion sur les effets induits, directs et indirects, et les externalités générées est indispensable. Ainsi, c'est par l'implication des usagers et des collaborateurs dans la co-construction des solutions que l'entreprise pourra améliorer sa performance globale et construire une offre pertinente qui maximise les effets utiles pour l'utilisateur, mais aussi pour le territoire dans lequel s'inscrit l'activité, dans ses trois dimensions : économique, sociale, écologique.

Accès : l'utilisation d'un bien ne nécessite pas qu'il fasse systématiquement l'objet d'une propriété. D'autres modes de contractualisation, tels que la location ou la mutualisation, associés à des modes de facturations liés à l'usage, peuvent participer au développement d'une offre fondée sur une logique d'accès. Quel que soit ce mode, il s'agit avant tout d'inscrire cet échange dans la durée et que l'offreur participe à la performance tout au long de l'usage du bien ou service.

A travers cette logique de performance d'usage, l'économie de la fonctionnalité invite les entreprises à repenser les besoins de leurs usagers et à construire une solution dans la durée.

La balance dite « commerciale » d'un pays retrace ainsi les exportations et les importations de biens dudit pays. L'objectif est ainsi d'avoir une balance commerciale excédentaire (exportations > importations) ou un taux de couverture (exportations/importations x 100) supérieur à 100. Ces calculs peuvent être faits pour toutes les marchandises (ce qui inclut alors l'énergie ou encore les produits agricoles) ou pour les seuls biens industriels.

L'ANALYSE DES DÉFICITS COMMERCIAUX : UN EXERCICE COMPLEXE

Les pays excédentaires sont considérés comme performants, ceux enregistrant des déficits étant jugés comme ne l'étant pas. L'analyse de ces déficits est cependant rendue complexe du fait de la forte présence des groupes américains et français à l'étranger. Les groupes américains sont présents, en particulier, en Chine (Apple, Nike, etc.) Une partie non négligeable des biens produits par les groupes américains en Chine est réimportée aux États-Unis (importations inverses). Le déficit des États-Unis à l'égard de la Chine est ainsi pour une part le résultat de l'activité des firmes américaines dans ce pays. Il en va de même pour certaines importations de la France. Ces importations sont parfois le fait des entreprises françaises elles-mêmes (par exemple dans le domaine de l'automobile) via leur implantation à l'étranger ou les contrats de sous-traitance qu'elles confient à leurs fournisseurs hors France.

LA FRONTIÈRE FLOUE ENTRE INTERNATIONALISATION ET MONDIALISATION

Dans l'internationalisation, les firmes produisent dans leur économie d'origine et exportent à partir de celle-ci. Ceci correspond très globalement au schéma de fonctionnement de l'économie allemande. Si l'Allemagne exporte beaucoup, c'est que les firmes allemandes produisent en Allemagne et exportent à partir de leur base productive allemande.

Dans la mondialisation, les firmes produisent à l'étranger soit pour diminuer leurs coûts, soit pour servir les marchés étrangers par une production locale. Dans ce second cas, la production à l'étranger est alors non pas une affaire de diminution des coûts mais une affaire d'accès facilité au marché, accès qui motive l'essentiel des investissements directs. La mondialisation recoupe donc l'internationalisation mais n'entre pas dans la même logique. Dans l'internationalisation, ce qui domine ce sont les flux de biens. Dans la mondialisation, ce sont les activités qui se déplacent ou, si l'on préfère, les « facteurs de production ». Plutôt que de produire en Europe des avions puis les exporter vers la Chine (ce qui correspondrait à l'internationalisation), Airbus produit ses avions en Chine.

UNE MONDIALISATION MARQUÉE PAR UNE MOBILITÉ TRÈS INÉGALE DES FACTEURS

On observera que dans la mondialisation, les capitaux financiers sont volatiles, ils ne se fixent pas mais se placent. La logique est une logique de rentabilité à très court terme. Les capitaux productifs – en fait, les investissements directs – se déplacent mais sur un temps nettement plus long. Alors qu'il ne faut que quelques secondes ou nanosecondes pour déplacer des capitaux financiers¹³, les investissements directs nécessitent deux à trois ans pour être réalisés. Si les capitaux se déplacent dans la mondialisation, il en va de même pour les personnes en activité. Dans les années 1950 et 1960, les flux migratoires concernaient principalement des travailleurs peu qualifiés. Désormais, ces travailleurs sont invités à ne pas se déplacer, ce sont les usines (capitaux productifs) qui se déplacent. En revanche, les travailleurs dont les compétences sont recherchées sont devenus très mobiles.

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

Charles-Albert MICHALET : *Qu'est-ce que la mondialisation ?* La Découverte, 2002
Thomas HURIEZ : *Re-Made in France*, Dunod, 2019
Bernard PECQUEUR et Jean-Benoît Zimmermann, *Économie de proximités*, Hermès, 2004

<https://www.franceculture.fr/environnement/les-eco-intellectuels-100-penseurs-pour-comprendre-lecologie>

Sur l'économie de la fonctionnalité et de la coopération
<https://www.ademe.fr/expertises/economie-circulaire/economie-fonctionnalite>

Crédit photos : Grollier Philippe, freepik, Karolina Grabowska, MiFleur, fancycrave, Amber Avalona, LittleVisuals, Darko Stojanovic, annca, Michal Jarmoluk.

¹³ trading de « haute fréquence » où des titres sont achetés et revendus par des automates à la nanoseconde.

L'INTERNATIONALISATION : UN PROCESSUS ANCIEN, UNE ASYMÉTRIE DE RÉSULTATS

L'internationalisation est un processus très ancien d'ouverture des économies. Les échanges sont dits « internationaux » et portent principalement sur des biens (marchandises) et des services.

LISTE DES MEMBRES DU CAE

ACTIA GROUP\ACTIA AUTOMOTIVE Jean-Louis Pech
ACTIVE FRANCE ADVENTURES Thomas Boutin
AEROPORT TOULOUSE BLAGNA Philippe Crebassa
AGRONUTRITION Cédric Cabanes
AIRBUS DEFENCE & SPACE Pierre Barrouillet
ALSO CONSULT Daniel Benchimol
ALSTOM TRANSPORT Benoit Carniel
ARTERRIS Anne Paulhe-Massol
ATR Sylvie Lefebvre
BANQUE DE FRANCE Stéphane Latouche
BAUSCH&LOMB Pierre Guibourg
BERDOUES PARFUMS ET COSMETIQUES
Sophie Berdoues-Coucouy
BIEN MANGER Laurent Caplat
BIO ENERGIE LOZERE - SAS Jérôme Engelvin
BIOTOPE Anne-Lise Melki
BOSCH Patrick Meillaud
CAE André Benhamou
CARAYON Arnaud Carayon
CHAINE THERMALE DU SOLEIL Christophe Echavidre
COMITE CONSULTATIF REGIONAL POUR
LA RECHERCHE ET LE DEVELOPPEMENT
TECHNOLOGIQUE Jean Tkaczuk
COMWATT Grégory Lamotte
CONFISERIE DU TECH Xavier Danjou
CONTINENTAL AUTOMOTIVE TLSE Stéfan May
DENDRIS Michel Corbarieu
DERICHBOURG ATIS AERONAUTIQUE Lionel Garon
DIAM BOUCHAGE Dominique Tourneix
DMS Caroline Julian
DUODISPLAY Jean Ringot
EDF Gilles Capy
ENERfip Leo Lemordant
ENGIE Serge Pina
FROMAGERIE LE FEDOU Florence Pratlong
GACHES CHIMIE SPECIALITES Pierre Gaches
GROUPE CAHORS\MAEC Michel Hibon
GROUPE MERIDIS Olivier Connes
IBM Fernand Sanchez

IDEM Christine Rey
KALIOP Pierre Deniset
KLOE Paul Coudray
LABORATOIRE GRAVIER Jean-François Gravier
LATECOERE Thierry Mootz
LEREPS UNIVERSITE UT1 CAPITOLE Gabriel Colletis
LES POISSONS DU SOLEIL Philippe Balma
LIEBHERR AEROSPACE TOULOUSE Jean-Luc Maigne
MAISON FABRE Olivier Fabre
MATOOMA Frédéric Salles
MECAMONT HYDRO Pierre Zerbini
MEDITHAU MAREE Florent Tarbouriech
NTN-SNR Laurent Condomines
NXP Semiconductors Pascale Diez
ORCHESTRA Pierre Mestre
OUTREMER YACHTING Xavier Desmaret
PHYTOCONTROL Mikael Bresson
PIERRE FABRE Olivier Lamarque
PLAIMONT PRODUCTEURS Olivier Bourdet-Pees
POLYMEM Jean-Michel Espenan
PREDICT SERVICES Alix Roumagnac
PREFECTURE DE REGION Robert Castagnac
PROTEUS Juliette Martin
RECAERO Nicolas Pobeau
SAFRAN Bruno Bergoend
SCASSI CONSEIL Laurent Pelud
SCLE Jean-François Revel
SD TECH Jalil Benabdillah
SOPRA STERIA Didier Bosque
SOTRANASA Jean-Pierre Navarro
SPIE SUD-OUEST Laurent Gilardino
SYMETRIE NIMES Olivier Lapierre
THALES ALENIA SPACE Denis Allard
THALES AVIONICS Sylvain Boucher
UNION GRAP'SUD Olivier Nazeyrollas
URBASOLAR Stéphanie Andrieu
VOGO Christophe Carniel
WINEADVISOR Cédric Morelle, Xavier Bochaton

ZOOM SUR

LE CLUB D'ANALYSE ÉCONOMIQUE D'OCCITANIE

L'expression directe des besoins des entreprises est essentielle pour améliorer les dispositifs régionaux existants et bâtir ceux de demain ; elle est la raison d'être du Club d'analyse économique d'Occitanie. Voulue par la Région, ce club est composé d'un panel représentatif de notre tissu économique régional, de par la diversité des secteurs d'activités, des tailles d'entreprises et des territoires représentés. À ces dirigeants, s'ajoutent un cercle restreint d'économistes et d'experts. Les soixante-treize membres du club sont toutes et tous choisis par la Région pour leur engagement, leur leadership et la pertinence de leurs analyses.

Chaque année, la Région pose une question stratégique aux membres du Club d'analyse économique d'Occitanie. Leur parole sur le sujet est alors recueillie de manière collective, en plénière et groupes de travail puis précisée par l'envoi d'enquêtes et par des contributions individuelles. À l'issue de ses travaux, le club remet à la Région une note de mutation comprenant une série de préconisations qu'il recommande de mettre en œuvre. C'est cette note et ces quinze préconisations que vous avez aujourd'hui entre les mains.

