

UNIVERSITÉ RENNES 2 - SCIENCES ÉCONOMIQUES

Résumé :

On souhaite donner quelques illustrations des réalités de la proximité économique. Elle est d'une part un espace d'expression spontanée des agents économiques sur leurs marchés, un espace maîtrisé par les décisions économiques d'offre ou de demande. L'entreprise compose ainsi sa proximité au gré de ses relations commerciales ou institutionnelles. Mais la proximité est aussi un espace d'intervention privilégié de la puissance publique, notamment lorsqu'il s'agit de combler certains besoins fondamentaux non satisfaits par le marché. Certaines interventions de service public ont alors un pouvoir particulièrement structurant sur l'architecture des proximités. La proximité devient alors un enjeu économique de développement comme l'illustrent les débats autour de la création d'emplois de proximité. Comment permettre qu'émergent de nouveaux emplois marchands ? Comment faciliter l'expression d'une solidarité locale ? La proximité, on le voit est affectée par les évolutions de la société. Sa perception se transforme particulièrement avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ainsi, les possibilités que laisse entrevoir le perfectionnement de la télé-médecine remettent largement en perspective la structuration des espaces socio-productifs de la médecine traditionnelle de proximité.

L'intérêt pour la proximité de la part des économistes se manifeste sur plusieurs objets : commerce, économie sociale, gestion publique des équipements collectifs à destination des ménages ou de l'activité économique. Il est à la source d'une réflexion pour une meilleure adéquation des offres aux besoins sous des contraintes de coûts économiques et sociaux divers. L'objectif est alors de repérer les arbitrages optimaux pour les choix des différents acteurs économiques.

L'analyse de l'implantation des PME : un exemple d'intérêt pour la proximité

Aujourd'hui, les PME méritent de retenir particulièrement l'attention du chercheur en sciences économiques et sociales sous deux angles essentiels. Elles assurent aujourd'hui une part importante de la production (61,8 % de la valeur ajoutée créée en France en 1995 selon l'OCDE) et de l'emploi (69 % des emplois). Elles sont des créateurs nets d'emplois plus importants que les grandes entreprises ; du fait des mécanismes de réduction d'effectifs, d'essaimage, de la production, d'extériorisation de services que connaissent ces dernières. Les PME représentent en effet 99,9 % des entreprises fran-

çaises. Ces structures de 10 à 499 salariés apparaissent, d'autre part, être munies de mécanismes de fonctionnement propres, distincts de ceux de la grande entreprise, tant sur le plan de l'organisation, que sur celui de l'intégration technologique ou celui de leur implantation.

Ainsi les études menées sur le sujet constatent l'existence d'une relation dialectique poussée entre la PME et la dynamique locale. Des effets d'entraînement se manifestent qui viennent renforcer la constitution de ce qui a pu être appelé les districts industriels. A la fois la PME semble donc avoir besoin du contexte de réseaux sociaux, industriels et commerciaux denses pour s'implanter, et l'attraction et la compétitivité locales apparaissent avoir besoin d'un tissu de PME. Dans un document de 1996, l'OCDE se penche sur la capacité que pourraient avoir les PME de générer de la croissance : « Lorsque les ventes des petites entreprises augmentent plus rapidement que celles des grandes entreprises, la croissance du PNB s'améliore dans la période suivante, ce qui donne à penser que la croissance des PME pourrait être une source indépendante de la croissance » (*La stratégie de l'OCDE pour l'emploi. Technologie, productivité et création d'emploi*, vol. 2. Rapport analytique, p. 208). Quel est donc ce réseau complexe de liens locaux qui s'institue entre la PME et son environnement, capable d'engendrer un cycle vertueux d'activités ?

La contribution des sciences économiques à la réponse à de telles interrogations consiste à identifier les facteurs clefs créateurs d'un phénomène d'attraction pour les PME, et à présenter des éclairages sur les mécanismes par lesquels se crée un réseau d'interdépendance dynamisant entre PME et les acteurs locaux.

Il s'agit notamment de retenir les critères pertinents d'implantation qui méritent d'être testés, de relever un certain nombre de paramètres et de les ordonner par proximités et interdépendances.

On retrouve, dans ce cadre, des facteurs d'implantations de différents types :

- les facteurs associés au contexte économique (facilités et obstacles à la mobilité des entreprises ; configuration de la demande : proximité des donneurs d'ordre, proximité des consommateurs, structure de la population et sa concentration, évolution de l'habitat notamment pour les entreprises de service) ;
- les facteurs affectant les qualifications-compétences de la

REGARDS SUR LA PROXIMITÉ

main d'oeuvre (tradition et reproduction locales, modes de transmission des connaissances, économie et structure familiale, structures d'éducation et de formation);

- les facteurs déterminant la division locale du travail (relations de production - la gestion à flux tendu et le rapprochement de la sous-traitance de l'établissement donneur d'ordre-, coopération/ domination dans les rapports entre entreprises, degrés d'intégration dans un réseau de production, liens financiers, commerciaux et technologiques avec les autres entreprises du tissu local ou non);

- les facteurs technologiques locaux et gisements immatériels (recherche et développement locaux, enseignement supérieur, concentration de l'intelligence dans certains domaines autorisant des synergies locales, concentration des pouvoirs);

- la mise en place de relations d'agence, de coopérations explicites ou tacites qui autorisent le travail en synergie de plusieurs PME (utilisation de services communs, possibilité d'employer du personnel hautement qualifié partagé entre plusieurs employeurs, de faire appel à de la sous-traitance pour le conseil, l'ingénierie, l'aide juridique, la comptabilité, la publicité (...);

- les facteurs réglementaires (fiscalité, règles de respects de l'environnement);

- l'environnement de service à la disposition des entreprises (existence d'infrastructures et réalisation d'économie d'échelle dans leur utilisation commune; proximité des réseaux de communication, télécommunication et transport et diminution des coûts de transaction; financements locaux);

- services à la population - salariée ou consommatrice - (santé, loisir, logement, administration, système éducatif, cadre naturel). C'est en fonction de ces paramètres qu'intervient la part du choix personnel des dirigeants et le poids des effets d'imitation, qui, face aux incertitudes, peuvent quelquefois emporter les décisions de localisation;

- la représentation des PME dans les instances décentralisées de décision des services publics et les organismes consulaires.

On observe qu'à côté des variables purement économiques d'implantation semblent également se manifester des effets d'attraction sociale et culturelle, particulièrement forts dans les métropoles et zones urbaines d'une certaine taille.

Au-delà de cet intérêt pour l'explication des liens entre les acteurs économiques et leur environnement immédiat dans une optique de plus en plus présente d'analyse en termes de réseaux, on souhaite donner quelques illustrations des réalités de la proximité économique.

Elle est d'une part un espace d'expression spontanée des agents économiques sur leurs marchés, un espace maîtrisé par les décisions économiques d'offre ou de demande. L'entreprise compose ainsi sa proximité au gré de ses relations commerciales ou institutionnelles. Mais la proximité est aussi un espace d'intervention privilégié de la puissance publique, notamment lorsqu'il s'agit de combler certains besoins fondamentaux non satisfaits par le marché. Certaines interventions de service public ont alors un pouvoir particulièrement structurant sur l'architecture des proximités. La proximité devient alors un enjeu économique de développement comme l'illustrent les débats autour de la création d'emplois de proximité. Comment permettre qu'émergent de nouveaux emplois marchands? Comment faciliter l'expression d'une solidarité locale? Enfin, la proximité, on le voit, est affectée par les évolutions de la société. Sa perception se transforme particulièrement avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ainsi, les possibilités que laisse entrevoir le perfectionnement de la télé-médecine remettent largement en perspective la structuration des espaces socio-productifs de la médecine traditionnelle de proximité.

1 - LA PROXIMITÉ ÉCONOMIQUE, UNE RELATION MARCHANDE

La proximité est ainsi entendue comme l'existence d'un lien économique. Elle caractérise une accessibilité économique sans référence précise à une notion géographique. A priori c'est d'un accès spontané au marché dont il est question. La proximité va pouvoir être définie par l'ensemble des liens économiques qu'un agent peut tisser sans que cette relation revête un caractère exceptionnel. C'est une faculté à réaliser des transactions qui permet d'appréhender un espace de proximité. Les échanges en question peuvent être marchands (transaction avec contrepartie financière) ou non (transaction unilatérale), mais ils résultent à chaque fois d'une analyse coût-avantage des acteurs qui donne une indication de la pertinence économique de l'action. Ainsi la proximité est construite, à partir d'une situation donnée, par les intérêts des acteurs. Elle dessine un espace qui peut être discontinu, morcelé, distinct du cercle dont le centre serait l'acteur, d'autant que l'agent économique se définit par sa participation à plusieurs marchés. Il offre des produits ou services sur certains marchés, il en demande d'autres. Ce sont les relations marchandes qui définissent alors l'espace de proximité. Les lieux de la proximité peuvent alors être distincts des lieux d'implantation physique.

Un espace de proximité construit par le marché : le cas des firmes multinationales

La multinationalisation d'une entreprise correspond à la pratique de localisation d'unités de production dans plusieurs pays au gré des opportunités de localisation au regard du critère d'efficacité. Dans les fondements de cette stratégie de multinationalisation on retrouve les mêmes motivations que celles que l'on retrouve dans l'origine des échanges. J.L. Mucchielli (Multinationales européennes et investissements croisés, 1982) reprend cinq différences à l'origine des échanges entre les coéchangistes et montre qu'ils correspondent aux déterminants de la (dé)localisation des firmes multinationales. On trouve ainsi : les différences de technologie, les différences de dotation en facteurs de production, les différences de goût des demandes locales, les différences de taille de marché expliquant les économies d'échelle, et les différences d'accès aux marchés domestiques sous la forme de distorsions commerciales ou entraves à la concurrence.

Par sa multi-localisation, l'entreprise combine des avantages d'accès à différents marchés, de la même façon qu'elle le ferait dans le cadre de contrats commerciaux, mais en associant à ces avantages les atouts de l'internalisation des activités mis en évidence par R. Coase (1937) et repris dans les différentes analyses sur les coûts de transaction. Si la firme multinationale rend visible physiquement de part son essai-mage, l'extension morcelée de son espace de proximité, il ne s'agit que d'une transformation institutionnelle de relations commerciales ou contractuelles que toute firme peut être amenée à entretenir.

Dans un travail explicatif sur l'investissement direct à l'étranger, J. H. Dunning (1988) est amené à souligner le fait qu'entre une pratique de commercialisation d'un produit par la cession d'une licence, par l'exportation directe ou par l'investissement direct local, il existe toujours un avantage commun qui est celui de la spécificité de l'entreprise (*the ownership advantages*) caractérisé par sa taille et ses économies d'échelle, sa maîtrise technologique, la différenciation acquise de son produit, ses dotations spécifiques en moyens de production (hommes capitaux, organisation), ses moyens d'accès aux marchés des moyens de production ou de produits finis, tout ce qui construit sa spécificité du rapport au marché. Les différences entre la cession de licence et l'exportation résident par contre dans la révélation dans le second cas d'avantages à l'internalisation et à l'organisation (contrôle des droits de propriété, de l'offre en quantité et qualité, des débouchés, réduction de l'incertitude). Enfin pour passer de la pratique des exportations à celle des investissements directs à l'étranger, il

faut disposer d'avantages propres à la localisation sur le lieu de vente. Ces avantages se manifestent par des bénéfices en termes d'accès aux facteurs de production, en prix ou qualité, en termes de coûts de transport et de communication, en termes de facilités dans la connaissance du marché, de possibilités d'ententes.

On observe que le lien économique peut se passer de la localisation ; et que celle-ci n'est requise que lorsqu'elle confère à l'entreprise vendeuse des atouts économiques supplémentaires. La proximité existe en dehors de la localisation ; la localisation n'apporte pas forcément plus de proximité mais nécessairement des gains économiques (baisse des coûts, accroissement des ventes).

Au-delà même du fait que la stratégie de multinationalisation n'apporte pas forcément plus de proximité, on a vu naître des pratiques de localisation qui procèdent d'une stratégie de globalisation pour lesquelles l'ensemble du globe est appréhendé comme un unique marché. La firme prend ses dispositions productives de façon à optimiser l'organisation de sa production sur le plan planétaire. Chaque unité de production est spécialisée dans un segment de production ou dans un des maillons de la chaîne de production et n'utilise ses relations de proximité géographique que dans la mesure où elles autorisent la mobilisation d'économies de coûts (accès à des matières premières, à des ressources humaines spécifiques...). Une représentation de cette réalité est illustrée par les schémas de J. Savary (Gilly, Savary, 1991). Mais l'organisation de l'entreprise demeure centralisée et les flux intra-groupes (flux matériels de composants ou produits finis, flux d'informations et d'ordres) sont, d'une façon plus déterminante que l'ancrage territorial, constitutifs de proximité.

2 - LA PROXIMITÉ ÉCONOMIQUE, OBJET DE LA GESTION PUBLIQUE

Les liens d'intérêt et de pouvoir économiques sont plus constitutifs de proximité que ne le sont les liens géographiques, même si l'intérêt économique peut-être corrélé à une proximité géographique.

Mais la proximité économique n'est pas seulement assurée au travers d'un accès marchand. Elle est aussi garantie au travers des principes du service public qui est prescrit sur une certaine activité dès lors que deux conditions sont réunies : w et le sentiment d'une utilité sociale de l'activité en question, w et l'expression formelle d'une autorité publique commandant à un opérateur d'assurer cette activité. Les principes de continuité,

d'égalité, et de mutabilité se conjuguent alors pour assurer l'existence de l'activité socialement nécessaire mais qui ne pourrait exister, à une échelle et dans une qualité satisfaisante, par le seul fonctionnement du marché. En reprenant les conclusions du rapport Denoix de Saint-Marc (Rapport à Monsieur le Premier Ministre sur le service public, 1996), C. Henry (1997) énonce trois grandes catégories de services publics : « celles qui visent à rendre physiquement et financièrement accessibles aux usagers menacés d'exclusion - du fait de handicaps sévères, de situations critiques, de revenus insuffisants - des services essentiels dont ils ont besoins sous les formes appropriées ; celles qui, au-delà strictement de la lutte contre l'exclusion, contribuent, parfois de manière symbolique, à la cohésion sociale et au sentiment d'appartenance à une communauté, locale, régionale, nationale et européenne ; celles qui visent à favoriser une utilisation efficace et équilibrée, dans l'espace et dans le temps, du territoire et des ressources communes, ici aussi à l'échelon local, régional, national ou européen ». Les services publics ont donc pour mission d'assurer une proximité sociale, un sentiment d'appartenance à un collectif. Si l'on s'intéresse plus spécifiquement aux activités de service public greffées sur des réseaux d'infrastructure, on peut ainsi observer leur rôle dans la construction même du sentiment de proximité. Ces activités font également évoluer la notion de proximité vers une proximité à distance, ou même une proximité avec des inconnus. C'est l'idée d'une proximité globale avec le reste du monde qui se construit.

Les services publics de réseaux, outils de proximité

Dans le travail de thèse (Compeyron, 1995) confortant l'existence d'un concept économique d'entreprise de service public, on présentait les différents arguments qui associent le service de réseaux à un service public. On y retrouve à plusieurs titres des arguments pour affirmer qu'ils sont constitutifs de proximité, même à distance.

1- L'appartenance à l'univers du collectif est affirmée par plusieurs réalités.

- Les entreprises de réseaux fournissent des services collectifs dans le sens où ils sont consommés collectivement : acte de production commun à des collectifs d'usagers ; Co-production du service par les différents consommateurs ; Jouissance potentielle collective (effets de club, effets externes de réseaux)
- Ces entreprises produisent sur la base de l'utilisation d'équipements collectifs : elles constituent des variables d'en-

vironnement, génèrent des effets externes, au sein de l'espace de définition des réseaux, génèrent des effets externes, hors de l'espace de définition des réseaux

2- L'accès à ces réseaux d'infrastructure est alors un facteur d'égalisation des conditions de la concurrence et de performance

3- Les activités de réseaux sont des activités d'intermédiation et donc de communication. A ce titre, elles sont primordiales à la cohésion sociale

- L'intermédiation : le réseau est un outil transactionnel. Les entreprises de réseaux façonnent les possibilités de mises en relations ou de transmissions entre les agents d'une société ; chaque individu ou entreprise se forge et se définit à travers les relations qu'il entretient ; ils créent un lien social entre les agents reliés qui contribue à les solidariser.
- La cohésion sociale : ils offrent la possibilité d'exercer des activités en interaction avec d'autres acteurs ; il est un facteur d'égalisation des conditions de vie.
- La sécurité du collectif (sécurité d'approvisionnement, continuité du territoire et du service)

4- Les entreprises de réseaux comme outils d'exercice de la solidarité dans l'espace et dans le temps

- Aménagement des activités humaines sur un territoire : elles participent à la mise en réseaux du territoire notamment pour les activités économiques et culturelles ; elles génèrent un effet de diffusion des activités par réseaux ; péréquation et équilibrage de la localisation des agents et des flux
- La dimension temporelle : interdépendances entre générations à travers les investissements ; les irréversibilités

5- Les infrastructures de réseaux sont faiblement rentables à court terme

Leur construction ne peut être entreprise que par des agents ne cherchant pas de rentabilité immédiate. Dans un environnement concurrentiel, cela semble requérir l'implication d'agents représentant la collectivité aux besoins de laquelle on répond par la mise en place de ces réseaux.

On peut souligner également que l'intervention publique en matière de gestion de la proximité a aussi souvent pour objet de limiter la promiscuité et les nuisances diverses. Toutes les politiques d'internalisation des effets externes, en matière d'environnement par exemple, résultent de cette volonté de réaliser un arbitrage dans le sens de l'intérêt général. Les règlements, incitations, droits et taxes divers étant instaurés pour parvenir à exprimer la valeur sociale (positive ou négative) de l'effet externe et ainsi permettre d'atteindre une situation optimale.

3 - LA PROXIMITÉ, GISEMENT DE CROISSANCE ET D'EMPLOIS

La proximité géographique est aujourd'hui particulièrement étudiée par les économistes. Elle révèle en effet des gisements de croissance et de création d'emplois sur lesquels on souhaite pouvoir s'appuyer plus amplement. En matière de création d'emplois, le débat est aujourd'hui focalisé sur les vertus et effets pervers du développement des emplois dans les services de proximité.

Tout d'abord on peut souligner que l'action volontaire de l'Etat en la matière depuis les années quatre-vingt repose sur la double constatation de l'existence de besoins non satisfaits et de l'existence d'un volant de main-d'œuvre rendu disponible par le chômage. Il s'agissait à la fois de mettre en oeuvre une politique de croissance coordonnée à une politique d'emploi en tentant de rapprocher les disponibilités des besoins. L'intervention publique avait pour but de pallier l'inefficacité du marché et de faire la démonstration à terme que des emplois d'utilité collective étaient économiquement viables. L'émergence parallèle d'un tiers secteur d'initiatives locales entre le marchand et le non marchand a également légitimé la mise en place de mesures particulières.

Polémiques sur le lien services de proximité-emplois

M. T. Join-Lambert et alii (1997) exposent les mesures publiques qui ont ainsi pu être prises dans une perspective de lutte à court terme contre le chômage. Les Travaux d'utilité collective (TUC), en 1985, les Contrats emploi-solidarité (CES), en 1989 devaient théoriquement permettre de donner jour à de nouvelles activités socialement utiles dans le secteur non marchand; ils se sont en fait largement substitués à des emplois existants. Si l'aide à la création d'emplois intermédiaires dans les entreprises d'insertions et associations intermédiaires (créées en 1987) a permis de générer un petit nombre d'emplois, leur inscription dans la durée pose des questions nombreuses, tant auprès des organismes productifs qui s'interrogent sur la cohérence de leur double finalité économique et sociale, que sur le plan des politiques publiques confrontées à des comportements revendiqués comme citoyens de la part des entreprises traditionnelles.

La décennie 90 a vu alors naître des actions publiques incitatives sur l'offre de services de proximité par "le subventionnement d'emplois individuels dans un cadre privé" (M. T. Join-Lambert et alii, op. cit.). Il s'agit bien de marchandiser des relations jadis assurées au sein de la famille en les rendant

financièrement et fiscalement attractives: créations d'emplois familiaux avec l'aide de l'Allocation pour garde d'enfant à domicile (AGED en 1986), de l'allocation de garde à domicile destinée aux personnes âgées, du chèque emploi service en 1993.

Implicitement ces emplois ont fait émerger de nouvelles formes de relations de travail à travers le morcellement des journées ou semaines de travail et le recourt au multi-emplois. Une critique s'est développée contre ces nouveaux statuts de "sous-travailleurs", "nouveaux domestiques", alors que les exigences de partage du travail pourraient exiger également un partage de la qualité de l'offre de travail. Cette observation sur la dignité de certains emplois a été aussi exercée à propos des "petits-boulots" de proximité du domaine marchand (livreurs, serveurs...).

Le débat sur les emplois de proximité en France a donné lieu à des comparaisons avec les Etats-Unis dont la forte croissance en emplois s'est particulièrement illustrée par la création d'emplois de service. T. Piketty (1998) constate des écarts entre les structures des emplois de service en France et aux Etats-Unis dans les secteurs de l'hôtellerie-restauration et du commerce. Les explications qu'il apporte à ce retard de la France portent sur le refus français de petits boulots dans ces secteurs, et le coût élevé du travail peu qualifié. Par contre les emplois domestiques apparaissent proportionnellement plus développés en France. Cette comparaison permettrait de souligner un déficit en emplois de 5 millions (soit 25 % de l'emploi présent) concentré principalement dans les secteurs intensifs en main d'oeuvre peu qualifiée (1,8 million dans le commerce de détail et 1 million dans l'hôtellerie-restauration).

Ces affirmations ont donné lieu à une polémique, la comparaison précédente ayant été estimée biaisée par certains économistes. J. Gadrey et E. Jany-Catrice (1998) estiment que: - d'une part le niveau de vie des Américains étant supérieur de 30 % au niveau de vie français, l'impact sur la demande de services et sur la qualité du service (et donc l'intensité en emploi) dans le commerce l'hôtellerie et la restauration n'est pas négligeable; - d'autre part la durée du travail est plus faible dans ces secteurs aux Etats-Unis (travail étudiant, du week-end, moins de petits commerçants propriétaires); de plus la faiblesse du coût du travail aux Etats-Unis a des effets pervers. Elle est payée par les salariés eux-mêmes (moindre salaire net, participation relative plus grande aux charges sociales). Un abaissement du coût du travail peu qualifié en France aurait donc un impact négatif sur le pouvoir d'achat de salariés et sur leur niveau de protection sociale.

Pourtant nombreux sont les tenants de l'économie sociale à souligner qu'au-delà du calcul économique sur les emplois de

proximité se dessine un enjeu de société. Derrière ce type de services sont visés un plus large accès aux services, moins d'inégalité et plus de lien social (J. L. Laville, 1998). Il existe derrière le développement des services de proximité une véritable construction sociale et il est réducteur de les assimiler à la seule création d'un marché. Comme en attestent les services d'entraide et services d'échange locaux (SEL) ou l'organisation et la mobilisation d'une épargne solidaire, ces services révèlent avant tout de nouvelles opportunités de gestion solidaire des espaces de proximité. Selon J. L. Laville, le service de proximité peut se définir dans une perspective d'économie solidaire à travers deux critères : - une construction conjointe de l'offre et la demande, - une hybridation des différents types de ressource (marchandes, non-monnaies, non-marchandes). Il prend place dans des réseaux sociaux et parce qu'il concerne notamment l'accès aux services des clientèles non solvables, ne pourra être financé intégralement par le marché.

4 - LA PROXIMITÉ À DISTANCE

La notion de proximité est foncièrement évolutive, elle se définit socialement, corrélativement à la diffusion des facultés techniques à communiquer. La proximité qu'un agent entretient avec son environnement est forcément évaluée à l'aune des réseaux de proximité qu'il est techniquement possible de construire. L'appréciation de l'espace de proximité individuel nécessite donc une approche différentielle et non absolue.

Ainsi le développement économique lié à l'aménagement qualitatif de la proximité géographique est à imaginer dans son articulation avec une notion plus large de proximité, qui autorise des accès à distance à un certain nombre de services, mais aussi leur organisation géographique plus centralisée. L'exemple offert par les possibilités de la télé-médecine articulée avec une disponibilité des moyens de transport rapide est particulièrement illustratif de la nécessité de réfléchir la proximité conjointement dans ses deux dimensions : proximité géographique et proximité élargie.

La télé-médecine et son impact sur la recombinaison des espaces de production de santé

S'il est un domaine dans lequel la nécessité de la proximité apparaît évident c'est bien celui des services de santé et d'assistance à la personne. Or, comme le montre C. Suarez (La rationalité des choix technologiques en secteurs sanitaire, le cas de la télé-assistance médicalisée, Thèse d'économie appliquée, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 1999), les déve-

loppements des autoroutes de l'information ont généré des innovations transposables rapidement à grande échelle dans le secteur sanitaire. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont pour avantage de réduire l'incertitude de diagnostic et de résultat ; elles contribuent au partage de l'information et renforcent la relation de confiance par le partage du savoir.

La télé-médecine peut ainsi remplir trois fonctions : télé-expertise, télé-assistance et télé-formation. Ces dernières ont recours à diverses pratiques : télé-magerie, télé-radiologie, la visioconférence, le télé-monitoring (notamment en cardiologie et obstétrique), la téléconsultation, et la télé-manipulation en chirurgie.

Même si elle a émergé dans les années soixante comme un outil de gestion du territoire, la télé-médecine est avant tout un outil d'efficacité des diagnostics et prescriptions, mais cette efficacité partagée à distance autorise aussi un accès égal aux soins de proximité de qualité. Comme le soulignait entre autres, l'étude sur les télé-services de T. Breton (L'économie des télé-services, La Documentation française, 1996), il existe de forts gisements de développement de ces pratiques. En effet, si leur existence nécessite un investissement public préalable en infrastructures de réseaux, équipements terminaux et formation, il se justifie souvent par des bénéfices en termes de transparence et de rapidité de circulation de l'information, par une meilleure gestion de l'urgence, de la prévention et du suivi à domicile. Les gains ainsi permis se traduisent par des économies de coûts de déplacement, de consultation de spécialistes, une orientation plus rapide des malades...

Même si les analyses ne sont pas encore abouties quant à la pertinence et au degré souhaitable de généralisation de ces pratiques (les évaluations coût-avantage seraient encore imparfaites), les expérimentations déjà tentées sont la preuve que la seule proximité géographique n'a d'intérêt dans une relation de complémentarité avec la proximité à distance que permettent les réseaux.

Que ce soit à travers les relations marchandes ou les relations solidaires, la proximité est un espace que les acteurs économiques se construisent. Dans les relations marchandes, elle est l'objet d'un équilibre trouvé dans l'échange et suppose une solvabilité des agents. Dans les relations publiques, elle met en oeuvre les procédures de choix collectifs. Elle peut être ainsi l'objet de procédures démocratiques de décision, de marchandages ou de lobbying. Mais l'agent possède toujours la possibilité d'exercer un "vote par les pieds" (Tiebout, 1956) pour choisir sa proximité plutôt que de la façonner. À côté de la participation à l'élaboration d'une proximité, le déplacement peut être un moyen de choix économique d'une nouvelle proximité.

Références bibliographiques

- COASE R., 1937, The nature of the firm, *Economica*, n° 4.
- COMPEYRON A., 1995, *Le concept économique d'entreprise de service public. Réflexions sur la régulation des entreprises de réseaux*, (Thèse pour le doctorat de sciences économiques, Université Paris IX dauphine, 15 décembre 1995).
- DUNNING J. H., 1988, *Explaining international production*, Unwin Hyman.
- GADREY J. & JANY-CATRICE F., 1998, Les services : du bon usage des comparaisons internationales, *La revue de la CFDT*, n° 10.
- GILLY, J.-P., SAVARY J., 1991, *L'Europe industrielle, horizon 1993, tome 1: Les groupes et l'intégration européenne*, La Documentation française.
- HENRY C., 1997, *Concurrence et services publics dans l'Union européenne*, PUF
- JOIN-LAMBERT M.-T., BOLOT-GITTLER A., DANIEL C. , LENOIR D., MÉDA D. 1997, *Politiques sociales*, Presses de science po et Dalloz.
- LAVILLE J. L., 1998, Les services de proximité, un enjeu de société, *La revue de la CFDT*, n° 11, juin-juillet.
- PIKETTY T., 1998, Les créations d'emplois en France et aux Etats-Unis: "Services de proximité" contre "petits boulots", *La revue de la CFDT*, n° 9, avril.
- *Rapport à Monsieur le Premier Ministre sur le service public*, 1996, La Documentation française.
- TIEBOUT C. M., 1956, A pure theory of local expenditures, *Journal of political economy*, n° octobre.