



Note de l'Interconsulaire Pyrénéen pour le GT « Autres activités économiques »
Approche transversale pour le développement économique des Pyrénées

- mars 2012 -

Le développement territorial n'a de sens que s'il se fait avec les acteurs résidents sur le territoire et qu'il répond à des enjeux économiques clairement identifiés. Il doit aussi tenir compte des dimensions sociales et environnementales afin d'appréhender la responsabilité des entreprises dans le respect des valeurs identitaires.

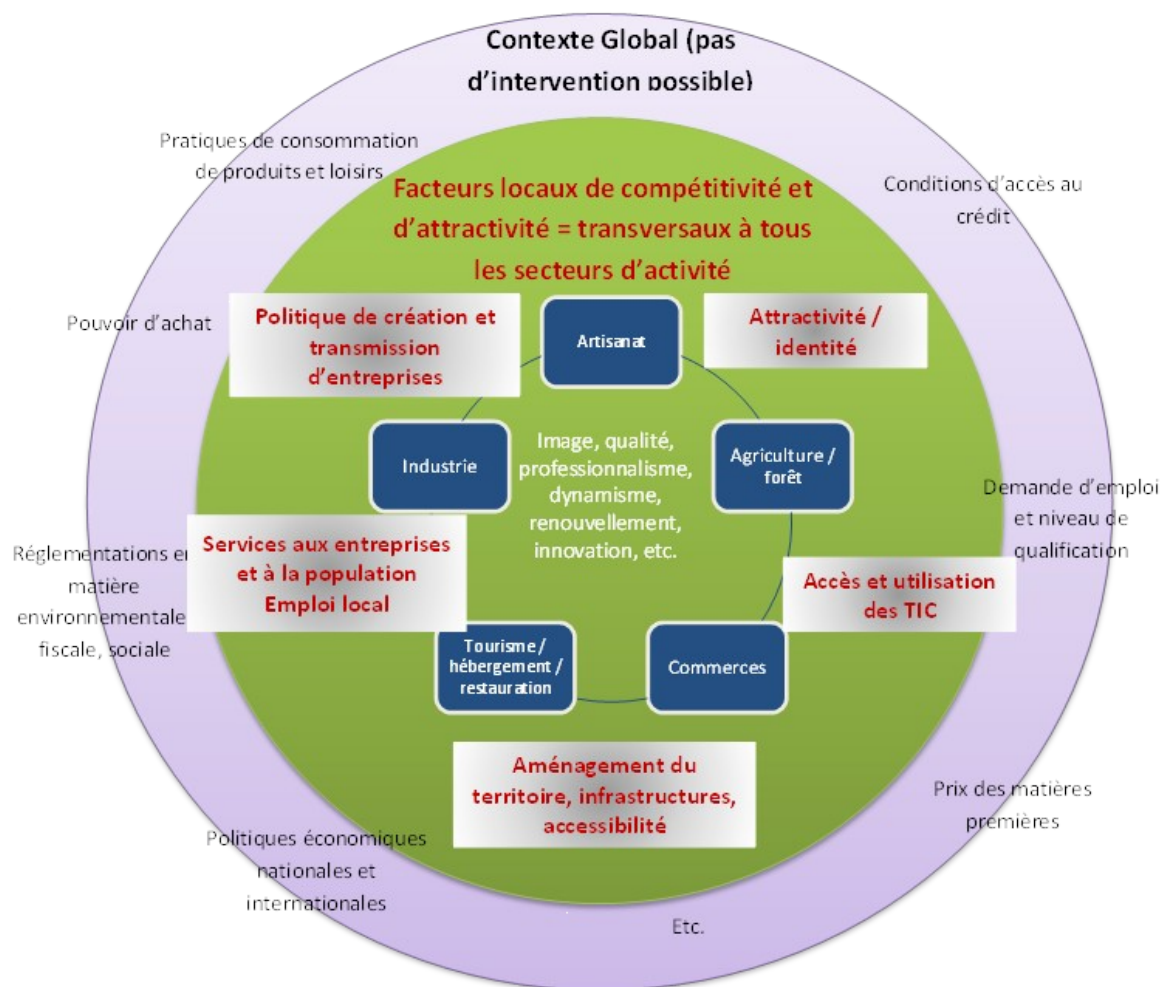
Attractivité démographique et attractivité économique sont dès lors étroitement liées.

L'économie pyrénéenne se distingue par une interdépendance forte et subtile entre tous les secteurs économiques. Agriculture, industrie, agro-alimentaire, commerce, services, tourisme, métiers et artisanat connaissent, au-delà des problématiques liées à leur secteur d'activité, des défis et enjeux communs, liés à la spécificité des territoires de montagne.

Cette note est issue des réflexions de l'Interconsulaire pyrénéen et vise à identifier les enjeux transversaux de l'économie du massif. En complément de ce document chacune des associations consulaires contribuera sur les enjeux spécifiques de son propre domaine de compétences.

A ce stade de réflexion nous avons identifié cinq «enjeux» relevant du développement économique du Massif. Pour chacun d'entre eux nous avons identifié des arguments qui relèvent de celui-ci et proposé des leviers pour engager des actions susceptibles d'être intégrées dans les prochains outils liés à la politique de massif 2014-2020.

Pour formuler cette contribution nous nous sommes attachés à identifier des facteurs de compétitivité sur lesquels il est possible et pertinent d'intervenir à l'échelle pyrénéenne (facteurs identifiés en rouge dans le schéma ci-dessous).



1. L'identité pyrénéenne, un potentiel d'attractivité et de valorisation économique

Dès que l'on dépasse l'organisation valléenne rattachée aux identités locales, les Pyrénées sont qualifiées de massif « authentique », avec des paysages préservés, doté d'une identité forte et soutenue par des éléments structurants, comme le pastoralisme, les activités de pleine nature, la gastronomie, une certaine douceur de vivre ... mais aussi contraint par un enclavement certain.

Cela véhicule une image suffisamment dynamique pour favoriser l'installation de nouvelles populations ou de créateurs d'entreprises.

En effet, la croissance de la population pyrénéenne est essentiellement due aux flux migratoires ; Mais les nouveaux arrivants s'installent préférentiellement dans les villes et leurs périphéries situées dans le piémont du massif, ainsi qu'aux deux extrémités Est et Ouest et tout particulièrement dans les têtes de vallées. D'autres espaces, plus isolés, restent à l'écart de ce développement, créant des situations très contrastées à l'intérieur même du massif.

Par ailleurs, les produits et services pyrénéens (tous secteurs confondus), manquent de visibilité extérieure, au-delà des stations de ski investissant fortement sur le tourisme hivernal, des stations thermales et de certains produits agricoles régionaux. Si la dimension « confidentielle » de certains services et produits est leur principal atout commercial, la majorité des autres gagneraient à être mieux connus et reconnus.

⇒ Enjeu :

Une communication identitaire, globale et partagée des Pyrénées, au service de son économie, pour renforcer l'attractivité du massif, la valeur ajoutée et l'emploi dans ses diverses activités.

⇒ Perspectives / éléments de réflexion / points à approfondir

- Les éléments de cette « identité » pyrénéenne seraient à rechercher de manière collective entre acteurs économiques, afin de développer la promotion commune des produits et services pyrénéens.
- Dans le domaine de la promotion, les partenariats entre secteurs d'activité semblent porteurs et seraient à approfondir. Au niveau économique, il existe peu d'initiatives, et aucune structurée à l'échelle du massif, pour faire bénéficier les entreprises et exploitations pyrénéennes d'un label de qualité reconnaissable et identifiable « Pyrénées ».

⇒ Illustration / exemple :

Certains acteurs ont compris l'intérêt de ce positionnement et n'hésitent pas à axer leur communication vers les investisseurs sur la notoriété du massif. La démarche « Invest in Pau Pyrénées » relève de cette stratégie, qui ne devrait pourtant pas profiter seulement à l'ouest de la chaîne, mais bien à l'ensemble de l'économie du massif.

De la même manière, la CCI et la Chambre d'Agriculture des Hautes-Pyrénées ont mis en place un portail internet commun intitulé « Mon País Gourmand » dans le but de valoriser et promouvoir la chaîne agro-alimentaire locale depuis le producteur jusqu'au restaurateur.

D'autres initiatives, plus lointaines, mais sur des territoires de montagnes, doivent également nous inspirer. Par exemple dans le canton du Valais en Suisse, la marque de territoire partagée « Valais Excellence » permet de valoriser l'ensemble des acteurs économiques (artisans, agriculteurs, commerçants, industriels, hôpitaux, banques...) engagés dans une démarche de très haute qualité environnementales et sociales.

2. Maintien du tissu économique et enjeu de la création, transmission – reprise d'activités

Dans l'artisanat, en 2012, plus de la moitié des chefs d'entreprise ont plus de 45 ans, et prendront leur retraite dans les 15-20 ans à venir, notamment dans le secteur "production". Dans le secteur agricole, la moyenne d'âge des exploitants de la chaîne est de plus de 50 ans et la majorité d'entre eux n'a pas, à ce jour, de successeur. Ce secteur a perdu, entre 2000 et 2010 plus de 23% de ses exploitations. Ces tendances font craindre un étiolement du tissu productif (qu'il soit artisanal, industriel ou agricole). Il aurait pour conséquence, au-delà de la perte importante d'emplois directs, une fragilisation du tissu socio-économique qui y est fortement lié dans les vallées montagnardes (commerces, artisanat, services).

L'accompagnement à la transmission et reprise existe, de manière sectorielle, et dans certains territoires du massif, porté par les chambres consulaires ou d'autres organismes. De nombreux acteurs interviennent sur l'accompagnement à la création d'entreprises, mais l'atomisation de ces structures, les concurrences qui peuvent exister parfois, et plus globalement le contexte de réforme des politiques publiques imposent de rechercher plus de cohérence pour plus d'efficacité dans les interventions. Là-aussi, la visibilité de cette offre doit être renforcée pour mieux attirer et accompagner les porteurs de projets et les cédants. Ceci est nécessaire dans chacun des secteurs d'activité, mais des approches intersectorielles peuvent également avoir leur pertinence, au vu des caractéristiques des porteurs de projets, qui cherchent parfois deux activités complémentaires (une pour chaque conjoint). En tout état de cause, une stratégie globale de dynamisation de la création ou de la transmission/reprise doit être recherchée.

⇒ Enjeu :

Dynamiser la transmission-reprise d'activités en zone de montagne par la mise en relation de l'offre et de la demande dans une approche **intersectorielle**, adossée à des services spécifiques d'accompagnement des porteurs de projets (pluriactivité, diversification, logement, emploi des conjoints...). Cette démarche doit s'appuyer sur la recherche d'un **environnement favorable au maintien** et à l'attractivité d'entreprises et de populations avec des études et des propositions d'aménagement en termes d'accessibilité aux services et équipements (marchands et non marchands). Elle doit également faire l'objet de communication offensive sur l'attractivité du territoire pyrénéen dans un contexte de marketing territorial qui génère une compétition entre les territoires.

⇒ Perspectives / éléments de réflexion / points à approfondir

- Il apparaît essentiel dans un premier temps de pouvoir dresser le panorama de ce qui existe actuellement dans le domaine de la transmission reprise dans les différents secteurs d'activité qui concernent les Pyrénées
- Une attention pourrait également être portée à des projets territoriaux intersectoriels de type « grappes d'entreprises », ou des projets de synergies économiques (par exemple entre agriculture et tourisme), qui peuvent être générateurs de nouveaux emplois et ressources (plateformes de commercialisation, offre de package séjour/produits, etc.)
- A moyen terme, le développement d'une politique pyrénéenne pro-active de transmission-reprise semble incontournable pour juguler le délitement du tissu productif. La mise en relation de l'offre / demande, l'information et la formation des porteurs de projets semblent des points essentiels à approfondir.
- Disposer de données plus précises sur les créations d'entreprises, sur les profils des candidats à la création/installation et de leurs besoins semblerait essentiel.

⇒ Illustration / exemple :

Le massif central a déployé depuis de nombreuses années une politique pro-active d'accueil de population et d'actifs dans tous les secteurs d'activité. Sans forcément en rechercher une réplique à l'identique, cette approche « massif » semble porter ses fruits et pourrait fortement inspirer le massif des Pyrénées, Le massif central en a fait un son premier axe stratégique.

3. L'emploi liées à l'économie résidentielle et saisonnière

L'économie résidentielle progresse grâce au dynamisme démographique et touristique. A ces caractéristiques s'ajoutent, depuis deux décennies, une forte baisse du nombre d'exploitations agricoles et des industries qui constituent pourtant l'économie dite productive (secteurs primaire et secondaire). En revanche les activités de services (secteur tertiaire) et d'emplois publics augmentent.

Pour la zone « massif » des Pyrénées, la part d'emplois relevant de la sphère résidentielle était de 64,3 % en 1990, et de 73,1 % en 2008.

Toutefois, l'économie résidentielle génère des emplois aux caractéristiques moins favorables que ceux de l'économie productive. Elle crée de nombreux postes, mais la durée des contrats y est plus courte, souvent saisonnière et le niveau des rémunérations moins élevé. Ces emplois impliquent donc de la mobilité professionnelle, ou de la pluriactivité.

Par ailleurs, le tourisme et l'agriculture (et plus spécifiquement le pastoralisme), mais également les services publics, sont pourvoyeurs d'emplois saisonniers. L'agriculture, en particulier, avec la diminution de la main-d'œuvre familiale a de plus en plus recours à la main-d'œuvre salariée, générant de lourdes charges pour l'exploitation. Des solutions intermédiaires de type groupements d'employeurs, coopératives mutualisant des services et emploi saisonnier se développent d'ores et déjà. Se pose alors la question de l'offre de travailleurs saisonniers, de leur qualification, de leurs conditions de travail et de vie...avec la volonté de limiter un turnover très handicapant pour les activités économiques.

La pluriactivité demeure très présente en montagne, et est parfois vécue comme un atout économique de taille, ou parfois comme la dernière solution avant l'arrêt d'une des activités. Elle soulève également des problèmes de statuts, et de qualification.

⇒ **Enjeu :**

Les besoins spécifiques de pluriactivité et de saisonnalité, en terme d'adéquation entre les formations initiales et continues proposées sur le massif et les besoins des entreprises, particulièrement pour les cycles de formation à double orientation, et de mise en relation entre offre et demande en emplois saisonniers doivent faire l'objet d'une attention particulière.

⇒ **Perspectives / éléments de réflexion / points à approfondir**

- Dans ces domaines, des efforts ont déjà été faits. Il semblerait important de mettre à jour un état des lieux des besoins en main-d'œuvre et qualifications nécessaires dans les différents secteurs d'activité du massif, de la même manière qu'un état des lieux de l'offre.
- Mise en cohérence des formations et mise en relation de l'offre/demande en emplois saisonniers.

4. Les usages liés aux technologies de l'information et de la communication

Les TIC génèrent de nouveaux comportements de la part des consommateurs, notamment à travers la convergence des technologies et la mobilité via les smartphones. Cela est constaté autant dans la préparation des séjours, que la comparaison des prix, les appréciations des usagers, les achats différés (par commande), les sites affinitaires qui « vendent » le territoire sans être nécessairement portés par des acteurs institutionnels.

Le tissu entrepreneurial pyrénéen est constitué à 98% de TPE qui maîtrisent peu ces nouveaux concepts.

Paradoxalement il existe une forte attente de la part des consommateurs pour trouver sur ces médias des produits originaux, authentiques qui contribuent à rendre le territoire attrayant. C'est donc un levier de prolongement des saisons non négligeable et qui semble à ce jour peu exploité. Dès lors il est nécessaire de trouver des solutions adaptées pour fournir à ce tissu économique des moyens pour occuper une place sur l'Internet. Des approches mutualisées de type plateforme de services sont à privilégier.

Les entreprises ont aussi besoin de compétences informatiques spécialisées qui ne sont pas toujours présentes dans les vallées. De la même façon les conjoints de profession libérale, de professionnel de santé difficile à attirer sur ces territoires ont du mal à trouver des activités complémentaires. Là encore les TIC, si une stratégie globale est conduite, peuvent apporter des solutions utiles. D'une part c'est un moyen pour importer des compétences ponctuelles par du télétravail des centres urbains vers les entreprises de montagne. D'autre part c'est un moyen de favoriser des salaires « importés » par du télétravail réalisé pour des entreprises extérieures au Massif.

⇒ **Enjeu :**

La mobilisation des **nouvelles technologies au service de l'économie pyrénéenne** est un enjeu central qui doit contribuer au **désenclavement des acteurs économiques**, à la **création de nouvelles activités** et favoriser une **meilleure visibilité/promotion** des activités et produits pyrénéens.

Plus que le déploiement des infrastructures, l'enjeu à venir repose sur **l'adaptation des acteurs économiques aux usages** engendrés par l'explosion du nombre d'utilisateur de ces technologies.

⇒ **Perspectives / éléments de réflexion / points à approfondir**

- Une démarche collective type « E-Pyrénées » pourrait être étudiée. Les solutions innovantes comme le télétravail et dématérialisation, qui permettent à la fois d'introduire le concept de mobilité dans les entreprises, constituent des formes de modernisation des organisations de travail et peuvent plus généralement participer au développement économique des territoires montagnards ruraux.
- Un état des pratiques actuelles et besoins et des travaux de benchmarking sur des démarches similaires menées dans d'autres territoires seront nécessaires pour constituer une action pertinente pour les territoires et acteurs pyrénéens.

5. Prospective / observation : l'enjeu de l'anticipation des évolutions de l'économie dans les territoires

Un certain nombre de facteurs territoriaux conditionnent le maintien ou le développement de l'ensemble des activités économiques, tels que la présence d'infrastructures essentielles, la disposition de bouquets de services accessibles à la population (école, commerces, santé, ...), la présence d'outils économiques structurants (comme les abattoirs pour le secteur de l'élevage, ou les scieries pour la filière bois). Tout porteur de projet souhaitant s'installer en montagne vérifiera, avant tout, la présence sur le territoire de ces services indispensables à son entreprise mais aussi à ses proches. En termes d'aménagement du territoire, il est essentiel de pouvoir visualiser la localisation de ces services afin d'identifier les manques et anticiper les lieux stratégiques de leur implantation.

Par ailleurs, le tissu économique est en constante évolution, dans un monde qui lui-aussi évolue très vite en l'impactant fortement. Chaque secteur d'activité produit ses sources d'informations statistiques (Répertoire des métiers, répertoire ICS, recensement agricole...), complétées par d'autres sources telles que l'INSEE avec le Répertoire Sirene, l'UNEDIC, ou Pôle Emploi, mais il s'avère très difficile d'observer avec précision les mouvements économiques à l'œuvre dans les différents secteurs d'activité et encore moins de passer des constats à la décision, en termes de politique de développement économique territorial.

⇒ Enjeu :

Il apparaît essentiel d'être en capacité, dans les territoires pyrénéens et à l'échelle du massif, de **développer la capacité de suivi, de conseil et de prospective** des activités économiques de manière à améliorer **l'aide à la décision dans les territoires**, en matière économique et sur les questions de services et infrastructures essentielles.

⇒ Perspectives / éléments de réflexion / points à approfondir

- renforcement des outils de veille et de prospective économique et territoriale existants sur la montagne (SIG Pyrénées, conseil et expertise sectorielle auprès des collectivités).
- Développement ou implication dans les schémas de cohérence en cours (p. exemple : développement d'un Schéma stratégique des outils d'abattage, ...)
- En tout état de cause, il apparaît important de mieux appréhender les besoins des collectivités en matière d'outils d'observatoire/prospective

⇒ Illustration / exemple :

Le développement des outils de type « isochrone », en développement sur les Pyrénées et dans la région Aquitaine, permet d'ores et déjà de répondre aux questions d'aménagement du territoire en ce qui concerne les services à la population. En matière économique, les partenaires du SIG Pyrénées ont engagé un travail de recensement des outils d'abattage et de transformation agroalimentaire qui permet, au sein de l'outil isochrone de connaître le temps d'accès moyens des agriculteurs à tel ou tel outil structurant, ou de définir l'aire d'achalandage (et le nombre d'agriculteurs) concernés par cet outil. Cette application permet d'approcher la question du maillage du territoire par les outils structurants indispensables et d'identifier les vides ou les risques de vide si tel ou tel service disparaissait. Ce type d'outil très efficace dans l'aide à la décision mériterait d'être développé.