



HAL
open science

Le développement numérique des territoires ruraux : une mutation de l'espace par une nouvelle approche du travail

Pierre-Emmanuel Mérand

► **To cite this version:**

Pierre-Emmanuel Mérand. Le développement numérique des territoires ruraux : une mutation de l'espace par une nouvelle approche du travail. Sciences de l'information et de la communication. 2016. dumas-01559252

HAL Id: dumas-01559252

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01559252>

Submitted on 10 Jul 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Médias

Option : Communication et technologie numérique

Le développement numérique des territoires ruraux Une mutation de l'espace par une nouvelle approche du travail

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pierre-Michel Riccio

Nom, prénom : MÉRAND Pierre-Emmanuel

Promotion : 2015-2016

Soutenu le : 09/11/2016

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier l'ensemble des personnes qui a contribué à la réalisation de ce mémoire.

Je remercie mon rapporteur universitaire, M. Pierre-Michel Riccio, pour ses conseils avisés, à la fois de prudence et d'originalité, poussant mes investigations hors des sentiers battus, avec une ouverture pluridisciplinaire.

Je remercie mon rapporteur professionnel, M. Yvan Douënel, pour les nombreux contacts qu'il a pu m'apporter et qui m'ont beaucoup servi pour définir le contour de mon sujet. De plus, par sa présence dans une coopérative de travail, il a pu m'apporter des éclairages sur la réalité économique des nouveaux espaces de travail en France et ainsi mieux orienter mes enquêtes.

Je remercie toutes les personnes que j'ai pu interviewer, celles qui ont répondu à mes questions dans le cadre de leur profession, et les personnes plus spécialistes qui m'ont apporté des conseils précieux : Delphine Vallade, Maître de conférences en sciences économiques à l'université Montpellier 3, Laura Flores, doctorante en sciences de gestion (sa thèse portant sur les espaces de coworking), Monique Commandre, Maître de conférence en STIC à l'IAE de Perpignan et directrice de l'antenne de Mende, Annick Ferry directrice de l'agence de développement économique Sydel Pays Cœur d'Hérault, Benoit de la Fillolie, chargé de mission numérique à la préfecture de la région Bourgogne, Philippe Roches, chargé de mission numérique à la Région Limousin, Sébastien Oziol, directeur du Pôle lozérien d'économie numérique, de l'agence de développement économique Lozère Développement et fondateur du réseau SoLozère, Christian Resche, formateur à l'Institut sup'agro de Florac, Emmanuelle Roux, membre du Conseil national du numérique, Patrice de Féligonde, fondateur du Relais SML à Saint-Martin-de-Londres, Baptiste Ridoux, fondateur de La Quincaillerie numérique à Guéret, Mathieu Boulanger, coworker au Relais SML, Virginie Verrières, stagiaire au Relais SML, Jean-Louis Rodier, maire de Saint-Martin-de-Londres. Tous ne sont pas cités, mais tous ont largement contribué à la réflexion et à la réalisation de cette étude.

Je remercie ma femme Aude Mérand, et ma mère Jeanne-Marie Mérand, qui ont participé à la relecture de ce mémoire.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	2
TABLE DES MATIÈRES.....	3
INTRODUCTION.....	5
I- Révolution numérique, révolution du travail et aménagement des territoires ruraux : quelles réalités ?....	10
A- Nouvelle carte, nouveau territoire.....	10
1- L'avenir idéalisé d'un territoire numérisé.....	11
2- Le pouvoir de représentation par le numérique.....	13
3- Les promesses d'une nouvelle ruralité.....	15
B- Territoires ruraux et territoires numériques, quelles réalités ?.....	18
1- Les réalités des territoires ruraux en France.....	18
2- La ruralité, une notion complexe.....	19
3- Quels habitants pour les territoires ruraux ?.....	22
4- Quel avenir pour les territoires ruraux ?.....	23
5- Les freins au développement des territoires ruraux.....	26
C- L'avenir numérique des territoires ruraux.....	27
1- Histoire de l'aménagement numérique du territoire rural français.....	28
2- État des lieux du très haut débit en France rurale : exemple du Limousin....	30
3- La fracture numérique à travers la typologie de la DATAR.....	31
4- La vraie fracture numérique : les problématiques d'usage.....	33
D- Le travail réinventé grâce au numérique.....	34
1- Révolution numérique : discours ou réalité ?.....	35
2- De la révolution numérique à la révolution du travail.....	37

3- Le maintien du travail : un enjeu majeur du développement rural devenu possible grâce au numérique.....	40
II- Les conséquences du développement numérique des territoires ruraux sur le travail : un espace en mutation, de nouveaux usages, un nouveau discours.....	43
A- Les nouveaux espaces de travail dans les territoires ruraux : développer le travail rural et les usages du numérique.....	43
1- Tiers-lieu de travail et espace de coworking : quelle définition ?.....	44
2- Pour une meilleure définition des Tiers-lieux de travail ruraux.....	46
B- La prééminence du discours idéologique sur l'usage des innovations technologiques.....	52
1- Le Relais SML : une initiative privée au service de valeurs.....	53
2- Quel discours pour les espaces de coworking ruraux ? L'exemple du site Internet Mutinerie Village.....	58
C- La mutation des secteurs d'activité : quand le numérique réinvente le travail rural.....	66
1- L'économie rurale touchée par la transformation numérique.....	67
2- Le cas de l'agriculteur vendéen Philippe Ducept : le numérique au service de l'agriculture.....	72
CONCLUSION.....	79
BIBLIOGRAPHIE.....	85
ANNEXES.....	88

INTRODUCTION

Dans un manuel scolaire de 3^e d'histoire-géographie et d'enseignement moral et civique publié aux éditions Nathan, le chapitre 14 est consacré aux « *espaces de faible densité et leurs atouts* »¹. La problématique du chapitre s'intitule : « *Quels sont les dynamiques et les atouts des espaces de faible densité en France ?* ». En-dessous du titre, une photo d'éoliennes et d'espaces agricoles à Matringhem dans le Pas-de-Calais en 2013. La page de droite est entièrement consacrée à une affiche du Conseil général du Cantal pour son programme « Cybercantal » en 2015. Cette affiche met en valeur un télétravailleur ayant une vue sur la campagne cantalienne depuis son ordinateur de bureau.

'Faible densité' a remplacé l'adjectif 'rural' ayant pris avec le temps une connotation trop péjorative. L'objectif du programme de 3^e réalisé par l'Éducation nationale est de partir d'un présupposé positif, cherchant à parler exclusivement de « dynamiques » et d'« atouts », à associer ces territoires peu habités à la modernité technologique : développement durable avec les éoliennes, développement numérique avec le réseau des télécentres du Cantal. Dans un petit encadré, il est ajouté que « *selon l'Insee, chaque année, 100 000 citadins quittent la ville pour s'installer à la campagne* ». Plus loin, dans le dossier, on apprend que « *80 % des communes connaissent un accroissement démographique qui résulte d'un excédent migratoire parfois combiné avec un solde naturel positif* ».

L'État français, en consacrant un chapitre sur ce thème pour le brevet des collèges communique en faveur d'un retour à la vie rurale. Il se range à l'avis des démographes qui constatent aujourd'hui un exode urbain. L'objectif est de favoriser l'attraction de l'ensemble des territoires, y compris ceux délaissés par la population à partir des années 60, lors de la révolution agricole.

On entend par territoire,

« tout espace socialisé, approprié par ses habitants, quelle que soit sa taille. Ces derniers ont en effet une mémoire, mais aussi une pratique, une représentation de cet espace. Un territoire est donc l'œuvre des hommes et ne pourra appeler territoire des

¹ *Histoire, géographie, enseignement moral et civique, 3^e cycle 4*, éd. Nathan, Paris, 2016, 435 p., p. 251 à 267.

espaces n'ayant pas forcément d'unité naturelle, ou historique, et n'étant pas polarisés par une ville ou organisés par un État »².

Contrairement au mot « espace », le territoire n'exprime pas quelque chose de neutre. La trace de l'homme y soulève les passions, affirmant des identités se superposant les unes entre elles. Le territoire est un espace vécu que l'homme s'approprie de façon séculaire.

Vieux du XIV^e siècle, l'adjectif 'rural' est issu du latin *rus, ruris* qui signifie « campagne » ; il évoque tout ce qui a trait à la vie dans les campagnes, sa population, son économie, ses modes de vie et habitat. Ce mot en évoque d'autres, de la même famille, 'ruralité', 'ruralisme', 'ruralisation', 'déruralisation'. Dans un contexte d'évolution permanente de la société humaine et de sa géographie, il se lie avec d'autres mots d'origine opposée comme 'rurbanisation' (urbanisation des territoires ruraux), ou 'périurbanisation' (pénétration de l'urbain sur le rural), pour évoquer des frontières devenues floues entre espace urbain et espace rural. Car 'rural' est souvent opposé à 'urbain' ce qui n'est qu'une partie de la réalité que l'on doit entendre dans ce mot. Si le monde rural ne peut être confondu avec le monde urbain, il peut en revanche continuer d'exister sans lui, et inversement. Ce qui définit en premier le rural – comme l'urbain –, c'est son paysage et sa population.

D'un point de vue strictement statistique, est rurale toute commune de moins de 2000 habitants, ce qui a pour façon d'ôter toute plasticité à la réalité que revêt cet adjectif. Pour nuancer cette définition stricte, l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) précise et parle d'espace à dominante rurale pour l'ensemble de ses communes de moins de 2 000 habitants. Ainsi, « *le Plan stratégique national (PSN) retient sous la dénomination espace rural d'une part l'espace à dominante rurale, soit 58% du territoire national, et d'autre part les espaces périurbains qui recouvrent 33,1% du territoire, soit au total 86,3% du territoire national où vivent 22 800 000 habitants, soit 39 % de la population française* »³. Plus récemment, en mars 2015, le comité interministériel aux ruralités a estimé que les « campagnes » étaient fortes de plus de 27,4 millions d'habitants « *si on les regroupe avec les espaces périurbains avec lesquels elles partagent une densité relativement faible (< 140 hab./km²)* »⁴. Il convient de bien prendre en considération les zones intermédiaires à la périphérie des villes.

² Pascal Baud, Serge Bourgeat, Catherine Bras, *Dictionnaire de géographie*, éd. Hatier, 1997, Paris, 509 p., p. 130.

³ Yves Jean, Michel Périgord, *Géographie rurale : la ruralité en France*, éd. électronique Armand Colin, Paris, 2009.

Parler du développement numérique des territoires ruraux est spécifique. Le numérique doit être pris sous l'angle global de l'informatique et d'Internet : est qualifiée de technologie numérique tout appareil informatique connecté. Le mot développement aurait pu être remplacé par des termes plus employés comme « révolution » ou « transformation », mais ces derniers sont le fruit d'un discours que nous avons voulu dissocier de notre propos ; le développement numérique évoque plus selon nous l'idée d'une continuité. La numérisation fait évoluer l'espace et la manière de travailler dans les territoires ruraux. Elle concerne à la fois les infrastructures et les usages.

Le travail concourt à l'évolution du paysage rural. Il subit lui aussi des mutations majeures sous l'influence des technologies numériques. Celles-ci viennent aider au progrès des différents secteurs d'activité concernés : tourisme, agriculture, éducation... Des espaces de travail comme les télécentres ou les tiers-lieux apparaissent dans ces espaces de faible densité, sortes d'îlots numériques permettant aux télétravailleurs et travailleurs indépendants d'avoir les moyens de leur ambition. Le numérique donne une nouvelle approche de l'organisation du travail à l'origine de discours utopiques venant alimenter le débat politique. Les tiers-lieux de travail véhiculent ce discours.

Après avoir clairement posé les termes du sujet dans leur contexte, il convient désormais de poser la problématique qui sera le fil conducteur de tout notre développement :

Dans quelle mesure les technologies numériques contribuent-elles au développement du travail dans les territoires ruraux ?

Pour qu'il y ait développement numérique, il faut la possibilité de se connecter à Internet. La première hypothèse de travail réside dans cette première condition. Pour envisager, comme dans le manuel scolaire vu plus haut, les territoires ruraux sous l'angle de leurs atouts, il est nécessaire que ces derniers bénéficient des mêmes conditions d'accès à Internet que dans les espaces urbains. Avant même de

⁴ Comité interministériel aux ruralités, *Nos ruralités, une chance pour la France*, 2015, 56 p., p. 5, http://www.territoires.gouv.fr/IMG/pdf/dossier_nos_ruralites_une_chance_pour_la_france.pdf

poser la question des usages, encore faut-il avoir la possibilité d'en user. La promesse d'un territoire à faible densité « dynamique » est limitée par la réalité d'une numérisation plus rapide dans les territoires à forte densité. Il s'agit de comprendre quelles politiques publiques sont menées en faveur de l'aménagement numérique du territoire, si elles correspondent à la volonté d'un développement des territoires de faible densité.

En seconde hypothèse, nous nous intéressons aux nouveaux espaces de travail, qui, dans les territoires ruraux, sont chargés d'un discours idéologique mêlant révolution du travail et révolution numérique : ce discours vient évangéliser l'environnement local et convertir aux nouveaux usages numériques. Ces discours s'approprient l'idéologie ruraliste comme si les deux discours étaient irrémédiablement liés, entre révolution numérique et développement durable.

La troisième hypothèse réside dans l'idée que les nouvelles approches du travail grâce aux technologies numériques viennent modifier considérablement les secteurs professionnels ruraux. Nous supposons que les secteurs d'activité professionnels touchés par le numérique se sentent concernés par ce nouveau discours. Ils adoptent les nouveaux usages induits par celui-ci et favorisent le développement numérique des territoires ruraux, accélère le processus d'aménagement numérique du territoire rural. D'une manière transversale, les nouvelles utopies du web viennent corriger ce qui manque au territoire rural pour sa modernisation.

Dans un premier temps, nous évoquerons l'idée de révolution numérique et de révolution du travail pour savoir si, concrètement, la double idée suggérée participe d'un aménagement durable des territoires ruraux.

Dans un deuxième temps, nous verrons les conséquences du développement numérique des territoires ruraux sur le travail : nous verrons dans quelle mesure le numérique transforme l'espace et favorise l'utilisation d'un nouveau discours idéologique.

Pour réaliser cette étude, nous nous sommes appuyés sur plusieurs méthodes de travail :

- nous avons réalisé un triple travail bibliographique, le premier portant sur des ouvrages ou des articles de sciences de l'information et de la communication, le second portant sur des ouvrages d'autres disciplines, notamment en sociologie et en

géographie, le troisième enfin portant sur les nombreux rapports officiels de l'État, les collectivités territoriales, les différents secteurs professionnels ;

- nous avons réalisé une série d'entretiens semi-directifs : acteurs de collectivité territoriale, d'organisme de l'État, de tiers-lieux de travail, d'agence de développement économique, du Conseil national du numérique. Nous ne nous sommes pas attardés sur la description de leur profession, mais nos questions ont porté sur leurs motivations, sur leurs enjeux ;

- nous avons réalisé une immersion dans un espace de coworking, le Relais SML à Saint-Martin-de-Londres, où nous avons à la fois suivi les différents acteurs de l'espace et procédé à des entretiens semi-directifs ;

- l'analyse des verbatims a été qualitative: nous avons trié les différentes motivations des personnes interviewées et nous avons retenu celles qui revenaient le plus souvent. Ce sont ces motivations qui nous ont permis de réaliser l'ossature du plan ;

- enfin, nous avons procédé à l'analyse sémiotique de site Internet, photographies, affiche, ouvrages littéraires.

I- Révolution numérique, révolution du travail et aménagement des territoires ruraux : quelles réalités ?

Le monde change-t-il profondément ? De nombreux analystes, penseurs politiques, philosophes et économistes soutiennent que les nouvelles technologies de l'information et de la communication bouleversent notre quotidien, changent notre perception du réel et notre réel lui-même. C'est pourquoi le mot de « révolution » est souvent associé au mot « numérique », au mot « travail », mais à bien d'autres vocables encore. La révolution d'Internet a-t-elle changé notre regard ou a-t-elle bel bien modifié radicalement notre espace ? Quelles sont les réalités d'une promesse révolutionnaire sur les territoires ruraux ? Il s'agit bien dans un premier temps de mesurer l'impact de ces révolutions, de distinguer ce qui relève de la réalité ou du discours, avant d'étudier plus concrètement comment le travail rural vit sa transformation numérique.

A- Nouvelle carte, nouveau territoire

La carte n'est pas seulement l'expression du territoire. À sa manière, parce qu'elle donne à l'homme une perception nouvelle de celui-ci, elle le refaçonne. Le dispositif communicationnel modifie nos comportements, sert de médiation culturelle et contribue à la transformation de ce sur quoi nous vivons. Nos représentations changent le monde. Contrairement à ce qui pourrait paraître, le sujet envisagé, malgré l'empreinte fortement technique des Sciences de l'information et de la communication, n'est pas neutre et les intéressés rentrent régulièrement dans des débats d'ordre utopique et idéologique. C'est pourquoi, il nous a paru préférable dans un premier temps de traiter de la question des représentations. Comment nos contemporains voient l'avenir du numérique à partir de leurs propres fantasmes ou peurs ? Car cela fait appel à des notions plus politiques (telles que l'économie collaborative ou la nouvelle organisation du travail). Nous aurons régulièrement l'occasion de revenir sur cette problématique au cours de cette étude, qui sont au cœur du devenir numérique des territoire ruraux.

1- L'avenir idéalisé d'un territoire numérisé

À la suite d'une forme de longue torpeur, Jed Martin se réveilla dans un futur relativement proche du nôtre, dans l'ancienne maison de ses grands-parents à Châtelus-le-Marcheix dans la Creuse. En apprenant la mort de son ami Frédéric Beigbeder, cet artiste photographe réalise à quel point il a vieilli seul, à l'abri du monde et de son évolution.

Il décide alors pour une fois de sortir de sa maison de famille et ce qu'il voit le surprend : « *Dès ses premiers pas dans les rues de la bourgade, il fut envahi par la stupéfaction. D'abord le village avait beaucoup grandi, il y avait au moins deux fois, peut-être trois fois plus de maisons. Et ces maisons étaient pimpantes, fleuries, bâties dans un respect maniaque de l'habitat traditionnel limousin. Partout dans la rue principale s'ouvraient les devantures de magasins de produits régionaux, d'artisanat d'art, en cent mètres il compta trois cafés proposant des connexions Internet à bas prix* ». Jed fut « *sonné* » par ce nouvel environnement. Son café habituel qui faisait face à l'église avait changé de décoration, le style était très design, « *lampadaires Art nouveau* », « *piètements de fer forgé* », « *banquettes de cuir* », toute « *l'ambiance d'un café parisien de la Belle Epoque* ». Ce café transformé le fut aussi par son entière numérisation grâce au financement par le Conseil général de la Creuse du « *lancement d'un satellite géostationnaire* » qui « *améliore la rapidité des connexions Internet dans le Département* » : « *Chaque table était cependant équipée d'une station d'accueil pour 'laptop' avec écran 21 pouces, prises de courant aux normes européenne et américaine* ». A côté de Jed, une famille de Chinois terminait son « *Breakfast limousin* » particulièrement onéreux. Jed ne s'arrêta pas à cette découverte. En parcourant le reste du Limousin, il comprit que « *la France, de toute évidence, avait beaucoup changé* ».

Jed Martin n'est autre que le personnage principal de *La Carte et le territoire*, roman de Michel Houellebecq sorti en 2010, qui a obtenu le prix Goncourt⁵. L'auteur, dans ce court passage prospectif de neuf pages, dévoile un peu plus sa vision, à travers les yeux de son personnage, de la France de demain. Pour lui, elle se porte très bien : « *Devenue un pays surtout agricole et touristique, elle avait montré une robustesse remarquable lors des différentes crises qui s'étaient succédé, à peu près sans interruption, au cours des vingt dernières années* ». « *De nouveaux arrivants,*

⁵ Houellebecq, *La carte et le territoire*, p. 397 à 405.

venus des zones urbaines, les [les habitants traditionnels] avaient remplacés, animés d'un vif appétit d'entreprise et parfois de convictions écologiques modérées, commercialisables. Ils avaient entrepris de repeupler 'l'hinterland' – et cette tentative, après bien d'autres essais infructueux, basée cette fois sur une connaissance précise des lois du marché, et sur leur acceptation lucide, avait pleinement réussi ». Ces nouveaux habitants « manifestaient un respect excessif, presque une vénération pour les 'coutumes locales' ».

Michel Houellebecq ne cherche pas à être précis dans ce qu'il décrit. Il présente une vision du territoire français avec le prisme des transformations qu'il voit défiler devant ses yeux, en 2010. Le territoire rural sera, selon lui, bientôt peuplé, connecté, relié au monde, mais dans un ensemble uniformisé mêlant une décoration et une architecture à la fois urbaines et fidèles aux traditions ancestrales du lieu, dans un objectif économique identifié : le tourisme.

Michel Houellebecq vise bien le territoire rural en choisissant symboliquement le département le plus enclavé de France, la Creuse (22 habitants au km² ; 99^e position sur le plan national), et Châtelus-le-Marcheix, commune de 350 habitants avec 8,1 habitants au km², selon les informations de Wikipédia, prises au 8 novembre 2015⁶.

Le monde rural tel que nous le connaissons n'existe plus dans le monde futuriste de Houellebecq : sa population a été remplacée par une population urbaine en exode dont le désir n'est pas de retrouver ses racines ou autre rêve d'appropriation identitaire du territoire. Ce qui les meut est lucratif. Le territoire rural est une manne financière dont il faut s'emparer pour conquérir de nouvelles parts de marché. Voilà l'intuition de l'auteur, une France dont l'espace est reconfiguré, entièrement colonisé par l'économie de marché. Cette nouvelle économie fonctionne grâce à deux tendances convergentes : le numérique (le café entièrement connecté) et l'énergie verte (les « convictions écologiques modérées » parce que mue d'abord par leur possible monétisation).

⁶ Creuse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Creuse_%28d%C3%A9partement%29 ; Châtelus-le-Marcheix : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ch%C3%A2telus-le-Marcheix>.

2- Le pouvoir de représentation par le numérique

La Carte et le territoire raconte l'histoire d'un artiste photographe, Jed Martin, qui va connaître un très grand succès suite à l'exposition de ses photos de carte Michelin et une ascension progressive dans le marché de l'art. La carte, quelle qu'elle soit, est une représentation du réel avec une intentionnalité d'indication de la direction. La photographie, elle aussi, est une représentation du réel avec une intention de fidélité au réel. Nous entendons la représentation au sens où l'entend Durkheim, c'est-à-dire comme « *une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social* »⁷. Ces deux formes de représentation se confrontent avec les nouvelles cartes du web telles que Google Map, avec comme intentionnalité l'indistinction progressive de la carte et du réel, grâce à l'intégration de la photographie dans la carte. Nous assistons avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication à l'indistinction même de la représentation et du réel, qui participe d'une recomposition du réel par l'apport de la carte et du pouvoir de représentation de l'être humain.

Dans le roman de Michel Houellebecq, la première exposition du héros Jed n'est pas une exposition de cartes routières, mais bien de photographies de cartes routières érigées en œuvres d'art, ultime pouvoir de représentation, représentation la plus symbolique parce que figée, déifiée, intemporelle. Nous assistons donc à trois étapes désincarnantes de la représentation : la carte routière, la photographie, l'œuvre d'art. Cette dernière représentation vient nous dire que le réel change de nature. Michel Houellebecq rejoint la pensée de Jean Baudrillard qui voit le réel procéder de la simulation. La carte précède le territoire, elle configure le réel, lui en procure le sens :

« Aujourd'hui, l'abstraction n'est plus celle de la carte, du double, du miroir ou du concept ? La simulation n'est plus celle d'un territoire, d'un être référentiel, d'une substance. Elle est la génération par les modèles d'un réel sans origine ni réalité : hyperréel. Le territoire ne précède plus la carte, ni ne lui survit. C'est désormais la carte qui précède le territoire et, s'il fallait en reprendre la fable, c'est aujourd'hui le territoire dont les lambeaux pourrissent lentement sur l'étendue de la carte. C'est le réel, et non la carte, dont des vestiges subsistent ça et là, dans les déserts qui ne sont plus ceux de l'Empire, mais le nôtre. Le désert du réel lui-même »⁸.

⁷ Denise Jodelet, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1994, pp. 36-57.

⁸ Jean Baudrillard, *Simulacre et simulation*, éd. Galilée, 1981, Paris, 235 p., p. 10.

La carte a un pouvoir fascinant, qu'elle soit informatique ou non. A partir de chaque processus de modélisation du monde, elle peut élaborer un monde nouveau. La carte informatique, avec google map ou mappy, participe de cette reconfiguration nouvelle et donne aux territoires une nouvelle manière d'envisager le réel. Ces nouvelles cartes sont révolutionnaires. En proposant la géolocalisation, le GPS, le réseau social (Waze), le tout perceptible en image parfois en 360°, la carte devient un univers parallèle fournissant au réel les nouveaux critères de sa perception.

« *La technique peut être définie comme une matrice ontophanique, c'est-à-dire une structure générale de la perception qui conditionne a priori la manière dont les êtres apparaissent* »⁹ L'assertion, ici, part du présupposé kantien des « *conditions a priori de la perception* ». L'action de voir prime sur la réception sensorielle d'une réalité, à laquelle s'ajoute la « *matrice ontophanique* » de la technique qui vient bousculer notre perception. La réalité serait donc la conséquence de notre regard porté sur un monde avec le soutien de la technique.

Il est évident que la technique modifie notre perception. Elle agit comme un filtre du réel, soit pour la transformer (réalité augmentée), soit pour corriger notre sens altéré (la paire de lunettes, le sonotone), soit pour la réinventer (fiction cinématographique, jeux vidéos, carte IGN, Google Maps). Mais elle n'enlève jamais la distinction que tout homme fait entre la réalité objective et la réalité dupliquée. Il faut distinguer ce qui relève de la puissance et de l'acte. Chez Aristote, ou bien une chose existe "en acte", ou bien elle existe "en puissance", mais, dans les deux cas, elle existe¹⁰.

Le philosophe Stéphane Vial prend l'exemple d'une photographie d'un paysage physique et du paysage physique lui-même :

« *Dans les deux cas, du point de vue ontologique, on a bien affaire à deux réalités sensibles puisque l'une comme l'autre sont perceptibles à l'œil. La seule différence réside dans le statut physique de l'image : l'une est l'image réel d'un objet réel, l'autre est une image artificielle, comme celle engendrée par une loupe. Philosophiquement parlant, n'en déplaie au physicien, l'image virtuelle est bien réelle* »¹¹.

⁹ Stéphane Vial, *L'être et l'écran*, ed. PUF, 2013, Paris, 333 p., p. 111.

¹⁰ Ibid., p. 152.

¹¹ Ibid., p. 156.

3- Les promesses d'une nouvelle ruralité

Que tente de nous montrer Michel Houellebecq, au regard de la fin du roman exprimée ci-dessus ? Avant, le territoire français était le monde rural traditionnel hiérarchisé, le territoire d'avant la mondialisation. Aujourd'hui, elle est en cours de mutation, une radicale métamorphose que seul un regard artistique peut deviner. L'auteur explicite à sa manière le pouvoir de métamorphose du numérique, sa force de recomposition du réel. L'idée est bien de vouloir prouver à travers la fiction anticipatrice que la révolution numérique participera largement à la reconfiguration du territoire rural de demain.

L'œuvre de Michel Houellebecq témoigne d'un monde rural qu'on ne regarde plus d'après son inaccessibilité. Cette vision du futur, idéal politique de la fin de la centralisation, nourrit de nombreuses idéologies de droite comme de gauche et participe aux nouvelles utopies du web. Certains utilisent ces promesses de désenclavement à l'instar d'une campagne d'affichage de Google en octobre 2015 pour sa participation au développement d'une plateforme de financement participatif pour l'agriculture, Miimosa¹².

¹² Publicité parue dans le magazine *Le Point* du jeudi 12 novembre 2015 n°2253.

© 2012 Google Inc. Tous droits réservés.

« Nous faisons grandir les projets agricoles de demain avec l'aide de Google »

- Florian Breton, fondateur de MiimOSA

Google

MOTEUR DE RÉUSSITES FRANÇAISES

Avec l'appui des outils Google, MiimOSA a développé une plateforme de financement participatif pour l'agriculture. Depuis 5 ans, Google a accompagné plus de 200 start-up françaises à se développer via des programmes de mentorat et de financement.

L'affiche représente une photographie montrant une jeune apicultrice au travail en plein cœur d'une forêt automnale, sans autre trace de présence humaine qu'elle-même et l'œuvre de ses ruches, aux couleurs de Google. Florian Breton, fondateur de Miimosa témoigne ainsi : « *Nous faisons grandir les projets agricoles de demain avec l'aide de Google* ». La publicité tente de montrer le pouvoir d'immersion de Google qui, parce qu'il découle d'Internet, abolit les contraintes du temps et de l'espace pour participer au développement économique de tous. Google, à travers cette image, revendique la conservation harmonieuse d'une authenticité rurale que n'empêche apparemment pas la modernité. Ici, dans un endroit totalement isolé du reste du monde, je peux travailler en toute quiétude grâce à l'apport d'Internet. A l'abri du monde, je reste connecté.

En témoigne aussi une photo observée depuis mon écran d'ordinateur ce jeudi 23 juin 2016 :



Cette photo fait partie des nombreuses images que Windows 10 affiche spontanément juste avant que l'on déverrouille son ordinateur. Une nouveauté égayante car les photos prises sont souvent très esthétiques, mais lourde aussi de symboles : les photos proposées ont du sens. A travers les images montrées en annexe, nous sommes invités en ouvrant notre écran d'ordinateur à nous plonger dans un univers paradisiaque, exotique, excentré, loin de tout, sans précision géographique des lieux où ont été pris les clichés. Avec les contours d'une roche, nous quittons notre caverne – chez nous –, nous entrevoyons la lumière à la fois partout et dans les endroits les plus isolés. Chaque jour, il nous est proposé une nouvelle photo : nous sommes invités à nous rendre dans une petite ville au cœur de la montagne dans un climat aride, ou bien, à travers un appareil photo, nous entrevoyons un pont, enfin au cœur d'un glacier, un homme est attiré par la lumière¹³.

Régulièrement, ces photos se présentent comme un sas : ce qui est vu dedans, entrevu ou imaginé a plus d'intérêt que le reste de la photo. Telle est la promesse d'Internet, de Microsoft et de Windows 10, comme tout à l'heure de Google : avoir le don d'ubiquité, c'est-à-dire la possibilité depuis chez soi d'accéder aux sept merveilles de monde, ou inversement, de se trouver dans les lieux les plus

¹³ Voir les autres photos à l'annexe n°5

insolites et d'y exercer son métier aussi simplement qu'à la ville. Nous serions dans un monde où la communication n'aurait plus de limites spatiales. Nous entrerions dans une ère d'hyperconsommation communicationnelle sur toute la surface du globe. Une promesse qui rappelle le futur de Jed Martin.

Ces deux représentations récentes du monde rural sont des tentatives de montrer que les territoires ruraux s'intègrent dans un nouvel espace numérique égal à d'autres lieux de plus vaste peuplement comme l'urbain, avec la prétention d'un fort potentiel de développement économique. Il s'agit aussi d'un nouvel espace économique qui ne raisonne plus dans une logique nationale mais mondiale. Dans ces deux représentations, le numérique fait la jonction entre le désir d'un développement économique micro-local et la nécessité d'insérer ce dernier dans un environnement mondialisé.

B- Territoires ruraux et territoires numériques, quelles réalités ?

Ces représentations, l'une romancée, l'autre publicitarisée, sont-elles inscrites dans les réalités économiques actuelles en lien avec les projets d'aménagement du territoire des récents gouvernements de l'État français ?

Nous entrons au cœur du débat. Les fantasmes des représentations ne trouvent pas effet ici et maintenant, bien qu'ils aient été annoncés. La question ici est de savoir si les promesses de Google et de Microsoft sont des réalités ou juste les espoirs d'un futur idéalisé. La réponse est trouvée dans l'aménagement numérique du territoire français.

1- Les réalités des territoires ruraux en France

Les territoires ruraux sont morcellés et différents. La SEGESA dresse en 2003 pour le DATAR la typologie suivante¹⁴ :

¹⁴ <http://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/observatoire-des-territoires/fr/typologie-des-espaces-ruraux>. Cf voir cartes en annexe.

- les campagnes des villes avec le rural périurbain (10% des cantons ruraux et 195 hab/km²) et l'espace rural dense, résidentiel et productif (500 cantons, 66 hab/km²) ;
- les nouvelles campagnes aux fonctions productives diversifiées avec le rural à attractivité touristique (250 cantons, 61 hab./km²), une quarantaine de cantons situés dans les Alpes et les Pyrénées (économie touristique, valorisation du naturel), et les espaces ruraux à la croisée des chemins (850 cantons) ;
- les campagnes fragiles avec les espaces vieillissants à dominante agricole et de faible densité (un peu moins de 500 cantons) et les espaces ruraux ouvriers et traditionnels en déclin avec un fort taux de chômage mais une densité élevée (88 hab./km²).

L'aménagement numérique des territoires se modélisera sur cette typologie de la DATAR.

Les dynamiques économiques des territoires ruraux sont donc fortement contrastées, liées à l'agriculture, au poids des villes, à la fonction résidentielle et à la tertiarisation inégale des activités. Ce qui fait dire à Yves Jean et Michel Périgord :

« *Le devenir des campagnes ne peut plus se concevoir indépendamment de celui des villes, les choix de vie des habitants en termes de recherche d'espace, de temps choisis, de qualité de vie sont essentiels et les nouvelles formes de ruralités sont associées aux mutations sociétales : recompositions familiales, valeurs écologiques, individualisation des comportements mais également accroissement des inégalités infra territoriales.* »¹⁵

2- La ruralité, une notion complexe

La ruralité s'appréhende difficilement car il s'agit de comprendre comment l'homme occupe le territoire rural, quelle identité il en tire, comment il agit dessus et se l'approprié. La ruralité est un ensemble de valeurs : « *La ruralité désigne l'ensemble de représentations collectives et de caractères concourant à une forme d'identité et de fonctionnement des espaces ruraux* »¹⁶, explique Laurent Rieutort. La ruralité est donc un concept très subjectif qui peut totalement varier d'un pays à l'autre, voire d'une région à l'autre : « *L'espace rural n'est pas uniquement agricole et la campagne est loin d'être un environnement aussi naturel qu'il y paraît aux yeux*

¹⁵ Yves Jean, Michel Périgord, *Géographie rurale : la ruralité en France*, éd. électronique Armand Colin, Paris, 2009.

¹⁶ Laurent Rieutort, *Du rural aux nouvelles ruralités*, Revue internationale d'éducation de Sèvres, n°59, avril 2012, p. 43 à 52 : <https://ries.revues.org/2267>.

des citadins »¹⁷. Selon les trois types de campagne cités ci-dessus, la ruralité s'incarnera différemment, même s'il on peut y déceler des grandes tendances.

De plus, si ruralité se définissait encore dans les années 70 par opposition à l'urbanité et gardait un sens péjoratif, elle a fini par prendre un sens positif en s'alimentant d'un discours totalement opposé à la ville. « *La ruralité devient un idéal (liberté, épanouissement, équilibre). Face aux enjeux d'aménagement, elle prend même une dimension politique.* »¹⁸ Bien que le caractère péjoratif ait disparu, l'opposition à la ville reste dans les mentalités. Pourtant, la ruralité est le produit du rapport de l'homme avec l'espace, s'enracinant localement pour des raisons économiques et de mode de vie. Aujourd'hui, la profession agricole se transmet de moins en moins ; elle est davantage le résultat d'une orientation scolaire et donc d'un choix délibéré. Les télétravailleurs décident délibérément de quitter la ville pour la campagne : une volonté précède la vie rurale, c'est ce qui rend la ruralité totalement nouvelle.

« *Alors que les anciennes conceptions des ruralités, qui restent dominantes dans les perceptions de la campagne, empêchent parfois de voir les évolutions à l'œuvre, de nombreux éléments hérités des évolutions passées des ruralités coexistent aujourd'hui à des degrés divers et s'hybrident avec des éléments en émergence dans les espaces ruraux.* »¹⁹ Aujourd'hui, le processus de mutations en cours dans les espaces ruraux vient redonner une nouvelle vigueur et fait jaillir des nouvelles valeurs considérées toutefois comme le trésor du passé. On le voit notamment avec le développement de la notion de développement durable, idée neuve mais qui rappelle une certaine nostalgie d'un passé rural florissant à rebours d'une vision urbaine industrialisée. On parle de « ruralisme », mot forgé dans les années 80 qui signifie dans un premier temps la « *tendance à idéaliser la vie à la campagne* »²⁰. Plus exactement, il s'agit de faire de la vie à la campagne une utopie, voir un programme politique, un mouvement d'idées autour du thème de la régénération du monde des campagnes depuis 1945. Le ruralisme consisterait dans la volonté de relocaliser la vie sociale dans les espaces ruraux et de considérer ces espaces comme des lieux à protéger. « *Le rural prend ainsi une dimension toute*

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Olivier Mora (dir.), *Prospectives, Les Nouvelles Ruralités en France à l'horizon 2030*, Rapport du groupe de travail Nouvelles Ruralités, juillet 2008.

²⁰ Yves Jean, Michel Périgord, op. cit.

culturelle dans la mesure où il fait référence au passé, aux traditions, à l'identitaire, la modernité n'arrivant qu'ensuite comme pour corriger un travers. »²¹

Cette ruralité confinante au ruralisme est importante car elle est liée à la notion de développement durable et aux utopies nées avec les technologies de l'information et de la communication. Il existe donc tout un discours idéologique promouvant l'usage du numérique dans le monde rural, promouvant ainsi un idéal de vie qui conjugue modernité technologique et isolement rural. On trouve ce discours d'accompagnement notamment dans la publicité Google vue plus haut. Nous analyserons plus profondément cette association d'idées dans le cadre de nos analyses.

D'autre part, une seconde hypothèse serait qu'à force de concurrence entre villes et campagnes, entre ruralité et urbanité, nous arriverions à une indistinction entre les deux notions, avec les phénomènes de périurbanisation et de rurbanisation. En effet, dans les quartiers des villes apparaissent des attitudes identitaires, des relations de proximité fortes, les mêmes qu'on peut retrouver dans les villages, tandis que dans le monde rural, le rapport à la terre et aux saisons perd de sa primeur devant l'usage des nouvelles technologies. Le marché est à la fois quelque chose d'urbain et de rural. On aurait pu croire qu'il disparaîtrait avec les grandes surfaces, toutefois, il subsiste comme une résurgence du rural alors qu'il n'a jamais appartenu à un des deux phénomènes. Désormais, un habitant des villes ne se distingue peu ou plus d'un habitant des campagnes qu'il s'agisse des équipements ou du comportement : *« Les ruraux ne sont plus en majorité des agriculteurs, mais des habitants de culture urbaine, et on peut s'interroger sur la capacité de nos sociétés à admettre l'existence de la réalité rurale »²²*. L'état d'esprit est progressivement le même, seul le paysage et le nombre d'habitants au km² fait la différence. Le profond changement qu'est en train d'opérer la ruralité française aujourd'hui ne trouve un frein qu'en matière économique, en raison d'un investissement qui ne peut s'envisager qu'à long terme. La ruralité est *« une construction sociale du monde, reposant sur des perceptions et des pratiques évolutives à identifier et à interpréter, devenant une clé de lecture des changements qui affectent la société toute entière »²³*. De fait, on peut se poser la question de nos jours si la vieille distinction

²¹ Ibidem.

²² Yves Jean, Michel Périgord, op. cit.

²³ Laurent Rieutort, op. cit.

urbain/rural n'est pas un peu obsolète et dans quelle mesure nous n'assistons pas justement, au moins culturellement, à un exode urbain vers le rural.

3- Quels habitants pour les territoires ruraux ?

Pour mieux comprendre cette notion floue de ruralité, une typologie des habitants du monde rural s'impose.

La population rurale n'est que très peu composée d'agriculteurs. De 1960 à 2000, les ménages agricoles sont tombés de 33 à 7 %, tandis que les cadres moyens sont passés de 4 à 20 %. Professions commerçantes, ouvrières, salariées, artisanales sont restées stables. On peut distinguer trois types d'habitants²⁴ :

- la population marginalisée : les petits producteurs et les salariés de l'industrie dont l'espace social se résume au village ;
- les actifs (agriculteurs, salariés, commerçants, artisans) dont la caractéristique est d'être mobile ;
- les « *praticiens de la qualité de vie* » (retraités, touristes, habitants de résidence secondaire, cadres moyens et supérieurs) : ils font partie de la culture dominante, ils ont choisi leur lieu d'habitat, ce qui diffère des deux premiers groupes.

Aujourd'hui, la commune rurale est devenue un espace complexe : elle « *est un lieu de vie qui peut être un lieu de rencontre reposant sur une grande mixité sociale, source d'urbanité et de citoyenneté* »²⁵.

La mobilité caractérise de plus en plus les populations rurales avec une distance de plus en plus importante entre le domicile et le travail et les lieux d'habitat de plus en plus diffus. Le travail reste en ville, mais la population préfère parcourir plus de kilomètres et habiter de plus en plus loin de la ville. Depuis les années 60, la ville souffre d'une représentation péjorative, chère, saturée, sale, polluée... ce qui n'a fait que renforcer l'image d'une campagne solidaire, écologique, authentique, propre... Cette nouvelle manière d'envisager le rural entraîne une dichotomie croissante entre une fonction professionnalisante de l'espace rural et sa fonction désormais résidentielle :

²⁴ Yves Jean, Michel Périgord, op. cit.

²⁵ Ibidem.

« La logique des migrations résidentielles vers les espaces ruraux semble suivre pour une part les trajectoires de vie et la position des individus dans le cycle de vie. Ainsi, ce sont en majorité des jeunes couples avec enfants, des retraités, parfois des migrants européens, qui s'installent à la campagne ; à l'opposé, les jeunes sont nombreux à quitter la campagne pour venir en ville. L'apparition de nouveaux âges de la vie (notamment avec l'augmentation de la durée de vie et la perspective du vieillissement de la population européenne) et la recomposition des familles contribue à une évolution de ces mobilités. Les migrations différenciées selon l'âge de la vie expriment la recherche d'espace et d'un accès au logement, l'attractivité des territoires ruraux et de façon plus générale un désir de campagne »²⁶.

En plus de la qualité de vie des campagnes, le prix de l'immobilier engage les jeunes ménages à acheter plus loin de la ville. Ces nouvelles mobilités sont la source d'un nouvel exode urbain, une inversion historique opérée en quelques décennies, entre l'exode rural des années 50-60 et aujourd'hui. En 1999, 71 % des nouveaux habitants des territoires ruraux sont d'origine urbaine. Cette arrivée des nouveaux habitants n'est pas sans provoquer des tensions et remet en question le modèle de vie sociale affectant le sentiment d'identification et l'identité locale.

4- Quel avenir pour les territoires ruraux ?

Les prospectives scientifiques sur l'avenir des territoires ruraux ne sont pas en reste : ainsi le rapport du groupe de travail Nouvelles ruralités en 2008 *Prospectives, Les Nouvelles Ruralités en France à l'horizon 2030*, l'avis du CESE (Conseil économique, social et environnemental) présenté par M. Guillaume de Russé en octobre 2015 *Comment promouvoir le dynamisme économique des espaces ruraux ?*, le rapport du comité interministériel aux ruralités du 13 mars 2015 *Nos ruralités, une chance pour la France*, veulent témoigner de ce qui pourra advenir des territoires ruraux français au cœur du XXI^e siècle.

Le premier groupe de travail retenait en 2008 quatre scénarios possibles :

- les campagnes de la diffusion métropolitaine sous l'effet des grandes mobilités et d'une large périurbanisation, un avenir très redouté²⁷ ;

²⁶ Olivier Mora (dir.), op. cit.

²⁷ Olivier Mora (dir.), op. cit., p. 34.

- les campagnes intermittentes des systèmes métropolitains ce qui nécessite une mobilité accrue entre ville et campagne et un sentiment développé de multi-appartenance²⁸ ;
- les campagnes au service de la densification urbaine avec un rapport urbain/rural radicalement différent et une relocalisation en fonction de l'accès aux équipements logistiques²⁹ ;
- les campagnes dans les mailles des réseaux des villes avec des mobilités vers les bourgs, petites villes et villes moyennes, une complémentarité urbain/rural permettant un équilibre territorial³⁰.

Plus on avance, plus on arrive au scénario idéal :

« Au fond, les tendances actuelles du scénario 1 ne satisfont personne et sont même redoutées pour l'avenir. On est séduit par le scénario 2 (la mobilité et ses intermittences), à la fois effrayé et attiré par le 3 (nature sauvage et urbanisation dense en contraste) ou tranquillement rassuré par le 4 (résidence, agriculture et réseaux de villes associés). Les sentiments du moment, de l'actualité brûlante, troublent aussi les perspectives, s'il faut faire « écologiquement correct » ou bien tout pour produire et pour nourrir les hommes ou les deux solidairement. Mais un choix supérieur demeure à tous les horizons et à toutes les échelles de l'espace et du temps. Entre le laisser-faire, la simple régulation ou l'aménagement volontaire »³¹.

La manière dont on envisage l'avenir des territoires ruraux est bien liée à des enjeux politiques et idéologiques.

Le discours politique républicain d'avenir des territoires ruraux reste le même à la suite de ce constat. La ministre du Logement, de l'Égalité des territoires et de la Ruralité, Sylvia Pinel, prenant considération de la diversité des ruralités fait la liste des priorités : égal accès aux services pour chaque citoyen, renforcement des capacités des territoires et de leurs élus à porter et développer des projets, dépassement des logiques de concurrence territoriale³². Le rapport du comité interministériel aux ruralités du 13 mars 2015 dresse en effet les points concrets d'effort à court terme qui se résument en trois points :

- permettre l'accès à tous aux services et de manière égal ;

²⁸ Ibid., p. 37.

²⁹ Ibid., p. 40.

³⁰ Ibid., p. 42.

³¹ Ibid., p. 67.

³² Comité interministériel aux ruralités, op. cit., p. 4.

- amplifier les capacités de développement des territoires ruraux ;
- assurer la mise en réseau des territoires.

L'ensemble des 46 mesures répond au scénario 4 du développement des territoires ruraux envisagé en 2008 dans la perspective des années 2030. Le 14 septembre 2015, 21 mesures supplémentaires ont été ajoutées.

L'avis du CESE formulé par M. de Russé en octobre 2015 « *montre que des territoires ruraux, même de petite taille, ont su tirer parti de leurs atouts pour promouvoir leur développement, pour peu que les concours nécessaires leur soient apportés, dans une logique de cohésion et de solidarité nationale* »³³.

Dans quelle mesure la réforme territoriale (loi NOtre du 7 août 2015), effective depuis le 22 décembre 2015 va-t-elle favoriser le développement des territoires ruraux ? Si on prend en considération le fait que cette réforme est le fruit d'une volonté décentralisatrice avec un renforcement du pouvoir des régions, l'on peut dire que oui. Si l'on prend considération que cette décentralisation est réalisée avec un accroissement du pouvoir des métropoles, on peut craindre que le scénario n°1 envisagé par le rapport de 2008 prenne le pas sur le scénario n°4 souhaité :

*« La loi NOtre marque une volonté de clarifier le partage des compétences des collectivités territoriales : la clause de compétence générale est supprimée pour les Régions et pour les Départements. La Région devient seule responsable de la stratégie économique sur son territoire, notamment à travers l'élaboration du Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) et d'un nouveau Schéma régional d'aménagement et de développement durable des territoires (SRADDT), ainsi que via l'aide aux entreprises. En matière de tourisme, les compétences restent partagées entre communes, départements et régions. Le département peut par ailleurs, pour des raisons de solidarité territoriale et en cas de défaillance de l'initiative privée, contribuer au financement d'opérations de services marchands nécessaires aux besoins de la population en milieu rural »*³⁴.

Malgré les mesures prises, l'avenir des territoires ruraux dépend des moyens de l'État en dotation de certaines infrastructures essentielles à son développement, notamment en ce qui concerne le développement numérique des territoires ruraux.

³³ Guillaume de Russé, *Comment promouvoir le dynamisme économique des espaces ruraux ?*, 2015, p. 250
document pdf : <http://www.lecese.fr/travaux-publies/comment-promouvoir-le-dynamisme-economique-des-espaces-ruraux>

³⁴ Ibid., p. 249

5- Les freins au développement des territoires ruraux

Même s'il existe un renouveau incontestable des territoires ruraux depuis deux décennies, il subsiste encore de nombreux freins à leur développement. La disparition des petits commerces, de la jeunesse, des services publics... suscitent de nombreuses inquiétudes, car malgré le désir de ruralité que l'on peut observer aujourd'hui, la concrétisation est délicate, notamment dans les territoires isolés où l'accessibilité à la santé, à l'éducation, à la culture, aux transports ou aux commerces est rendue encore plus difficile : 4,3 % de la population française habite à plus de 20 mn de ces services.

La jeunesse ne reste pas longtemps dans les territoires ruraux. Les 18-24 ans y forment 6 % de la population tandis qu'ils sont 10 % en ville³⁵. Les jeunes de cette tranche d'âge migrent vers les villes en raison de l'offre éducative absente (universités, instituts supérieurs). Cette carence pédagogique a des conséquences sur le développement économique puisqu'il freine l'installation des entreprises qui cherchent un vivier de jeunes compétences pour leur besoin. À défaut d'écoles supérieures présentes à proximité des territoires ruraux, la jeunesse s'arrête à 18 ans. De plus, on assiste à un vieillissement de la population d'autant plus que le nombre de retraités augmente dans les territoires ruraux qui sont attractifs pour la qualité de vie et un coût modéré de la vie. Cette géographie tendra à se renforcer pour les années à venir, selon les prospectivistes.

Les zones rurales sont très affectées par la distribution très inégale des emplois selon les territoires. Plus l'on s'éloigne de la ville, plus le revenu est faible. Il existe « *de puissants effets de territoire (ou « effets de lieu ») qui exercent un effet déterminant sur les trajectoires individuelles des demandeurs d'emploi, indépendamment de leurs caractéristiques individuelles, et que ces effets de territoires sont persistants dans le temps* »³⁶. Les zones peu denses à vocation industrielle sont celles où l'emploi est le moins dynamique, deux fois moins fortes que dans les zones métropolitaines. La crise a aggravé les disparités spatiales de chômage et d'emploi. Les temps de transport élevés entre le lieu de domicile et le lieu de travail est notamment un facteur d'exposition au chômage.

Les commerces de proximité sont en nette diminution dans le rural (- 0,5 % entre 2002 et 2008) tandis qu'ils connaissent une hausse dans l'urbain. Pourtant le

³⁵ *Nos ruralités, une chance pour la France*, op. cit., p. 06.

³⁶ *Vers l'égalité des territoires dynamiques, mesures, politiques*, Rapport, La documentation française, février 2013, 534 p.

nombre de commerces a augmenté durant cette même période : +1,2 % en moyenne par an. On en compte 600 000 en 2008³⁷. Dans les régions montagneuses, il est difficile d'y accéder facilement.

Aussi l'accès aux soins demeure insuffisant. Il existe une pénurie de la main d'œuvre médicale et de services spécialisés et une mauvaise distribution des ressources financières et humaines. La situation peut être rendue difficile pour des patients atteints de certaines maladies qui nécessitent des soins importants comme le cancer. Le problème de la pénurie ou de la mauvaise répartition est la même dans les domaines de l'éducation ou de la culture.

Tout cela pose la question de l'investissement ou non des pouvoirs publics dans sa volonté de désenclaver les territoires ruraux, notamment lorsqu'il s'agit du désenclavement numérique.

C- L'avenir numérique des territoires ruraux

Les avis sont unanimes : il y a une chance unique pour permettre enfin l'équilibre des territoires et elle réside dans l'accès égal à tous au même débit Internet. Sans numérique, un territoire ne peut être attractif. Selon Luc Pabœuf, président du CESER Aquitaine (Conseil économique social et environnemental régional), « *une bonne couverture numérique met une entreprise implantée en zone rurale à un simple clic de New-York, Sidney ou Tokyo* »³⁸. L'avenir du territoire français repose désormais sur ce vecteur de communication nécessaire à toute forme d'activité économique. Les nouvelles mobilités rurales existent grâce au développement numérique, comme l'explique Christian Resche, formateur à l'Institut Sup'agro à Florac en Lozère : « *La première chose que les gens demandent quand ils veulent s'installer dans notre département ou acheter une maison, est la possibilité d'avoir une bonne couverture ADSL* ».

³⁷ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1292

³⁸ Ibid., p. 175.

1- Histoire de l'aménagement numérique du territoire rural français

La question de l'aménagement numérique du territoire rural français remonte au début des années 2000 :

« En 2004, la loi sur la confiance en l'économie numérique a fait évoluer le cadre d'intervention des collectivités, explique Philippe Roches, chargé de mission pour la région Limousin. L'article L 1425-1 du CGCT [Code Général des Collectivités Territoriales] donna la possibilité à une collectivité de pouvoir prendre la compétence télécom d'aménagement numérique s'il y a un constat de carence. Les collectivités pouvaient désormais se substituer à l'époque à l'opérateur aménageur – il n'y en avait qu'un seul, c'était Orange – et pouvoir aller dans les zones rurales où il n'y avait rien. Orange à l'époque n'avait pas d'intérêt à investir dans les zones rurales. On ne parlait pas encore de très haut débit. »³⁹

Le territoire à numériser a été divisé en trois zones par l'État français :

- les territoires très denses, urbanisés, où l'État laisse marcher la concurrence entre les opérateurs qui agiront sur leurs capitaux propres ;
- les zones intermédiaires où après un appel à manifestation d'intérêt, les différents opérateurs soutenus par l'Etat s'engagent à réaliser ensemble l'infrastructure ;
- les territoires isolés non rentable où les RIP (Réseaux d'initiative publique) gérés par les collectivités territoriales se substituent aux opérateurs traditionnels. Pour obtenir l'aide de l'État, les collectivités doivent construire un Schéma directeur d'aménagement numérique (SDAN).

« Très vite, on est passé du Haut Débit vers le très haut débit, dans le sens où il fallait préparer l'avenir des usages de demain, rappelle Philippe Roches. On parle de très haut débit tourné vers le grand public, les locaux, les habitations ». Si on a vite jugé réalisable de pourvoir en très haut débit l'ensemble du territoire français, on constate un retard chronique des collectivités territoriales à mener à bien leur mission, malgré la volonté politique de résorber les zones isolées : En 2012, un Conseil national du numérique est créé. En 2013, François Hollande inaugure le fonds « Ambition numérique » porté par BPI France, réservé aux entreprises françaises au chiffre d'affaires supérieur à 250 000 euros. Un plan national très haut débit est lancé la même année : il compte couvrir l'intégralité du territoire national en THD pour 2022 avec 20 milliards d'euros d'investissement sur 10 ans. L'objectif est de créer des réseaux de fibre optique jusqu'à l'abonné. En mars 2015, le comité

³⁹ Voir annexe n°1.

interministériel aux ruralités a souhaité en plus ouvrir un guichet « couverture mobile » pour accompagner les projets locaux : « *Ce dernier permettra aux collectivités de compléter localement la couverture mobile. Ces collectivités bénéficieront pour cela d'un cofinancement par l'État des équipements installés, auxquels l'ensemble des opérateurs auront l'obligation de se raccorder* »⁴⁰.

Cette volonté d'aboutir à la couverture en fibre optique d'ici 2022 est ambitieuse, mais utopique selon certains acteurs du territoire. Ainsi, Benoît de la Fillolie, chargé de mission numérique pour la préfecture régionale de Bourgogne, interrogé le 5 novembre 2015, parle plutôt de la date plus réaliste de 2025.

Dans son rapport d'information sur *La couverture numérique du territoire* (2011), le sénateur Maurey précisait que le potentiel des technologies numériques « *peine et tarde à s'exprimer pleinement, notamment dans nos zones rurales, du fait des insuffisances des réseaux électroniques constituant l'infrastructure de base sur laquelle doivent se déployer les services à valeur ajoutée pour notre économie et nos concitoyens* »⁴¹. Puis le démarrage a pris du temps à commencer pour des raisons plus politiques, parce que l'on a trop longtemps raisonné en terme de rentabilité et non en raison de l'intérêt général. En réalité, il n'y a pas d'obstacles techniques ni commerciaux, mais bien un souci d'investissement à long terme. Jean-Pierre Jambes soulignait en 2011 que les territoires ruraux étaient orphelins de politique nationale⁴².

De plus, la question de la résorption des zones blanches n'est pas résolue en matière de téléphonie mobile. Les zones blanches sont les 1,5 % de la surface du territoire métropolitain où aucun opérateur n'est présent soit 0,1 % de la population. Le comité interministériel pour la ruralité promet la couverture en 2G pour toutes ces communes d'ici la fin 2016. Ces zones blanches sont aussi contestables car les statistiques ne portent pas sur tous les points d'une commune. Il y a aussi la problématique des zones grises qui ne sont desservies que par un seul opérateur⁴³.

⁴⁰ Comité interministériel aux ruralités, op. cit., p. 26.

⁴¹ Cité dans Guillaume de Russé, op.cit., p. 175.

⁴² Jean-Pierre Jambes, *Développement numérique des espaces ruraux, peut-on transformer un problème en ressources territoriales*, Networks and Communication Studies, netcom, vol. 25 (2011), n° 3-4, pp. 165 - 178 p. 170

⁴³ Les zones blanches et grises sont aussi appelés zones d'ombre.

2- État des lieux du très haut débit en France rurale : exemple du Limousin

Dans le Limousin, il n'existe pas de zones denses à forte concentration urbaine. Seule se pose la question des zones intermédiaires et des RIP. Les zones intermédiaires concernent les agglomérations de Limoges, Tulle, Brives et Guéret. La troisième zone, le « *THD des champs* » selon Philippe Roches, concerne tout le reste du Limousin. D'après le SDAN,

« on va déployer la FttH [Fiber to the home] en quatre phases : le premier objectif est de 20% de FttH raccordé ou raccordable ; pour ceux qui arriveront en dernier (après 2020), on leur proposera dans l'immédiat une montée en débit (5 mégabits), mais aussi la densification du réseau radio (Wimax) et en dernier recours l'utilisation des satellites. Ce SDAN dit que pour arriver à financer ce projet, en plus de l'Union européenne et de l'Etat, même de manière progressive, il faut ajouter les EPCI (Etablissement public de coopération intercommunale). »

Le SDAN a été adopté en 2012. L'objectif « *était de mettre les EPCI au cœur de l'aménagement numérique du territoire* ». Cependant, en novembre 2015, il n'y a encore que 2 à 3 % de raccordement effectif sur toute la région. Philippe Roches assure que d'ici 2020, 60 % de la fibre optique sera déployée.

Pour permettre le déploiement de la fibre, un syndicat mixte, Dorsal, s'est constitué à l'initiative de la région qui fédère les trois départements du Limousin. Il a instauré en 2005 un réseau parce qu'il n'y avait pas d'offre adaptée.

« Dorsal avait d'abord une vocation d'étude de l'expression des besoins avant de commencer sur le déploiement des nouvelles infrastructures. Chacun des membres de Dorsal ont pris la compétence numérique et l'a transféré au syndicat mixte (Région, départements et agglomérations, soit huit collectivités). L'idée était d'amener l'ADSL là où il n'y était pas par le principe du dégroupage (accès au réseau aux opérateurs tiers). Le réseau d'initiative publique est né de l'initiative régionale, Dorsal a passé un contrat avec un opérateur de gros : Action Limousin. Cet opérateur a construit un réseau de dessertes : ADSL, Fibre optique, montée en réseau, Wimax, wifi... un réseau multi technologique. »

Depuis l'installation de ce réseau, plusieurs autres offres sont à disposition comme l'offre PRM (Point de raccordements mutualisés pour la montée en débit sur cuivre), mais aussi l'offre LFO (Location de fibre optique proposée depuis avril 2006 dans le cadre du dégroupage).

Pour Philippe Roches, la Région à l'origine du projet souffre de deux manques :

- une communication trop faible sur le sujet de l'aménagement numérique du territoire ;
- l'absence d'un observatoire qui permettrait de suivre l'évolution des chantiers.

La seule visibilité réside sur ce que cela a rapporté : *« Aujourd'hui, 110 000 Limousins utilisent le réseau public. 21 000 lycéens sont raccordés à la fibre publique. 40 000 salariés utilisent Dorsal quotidiennement ».*

L'exemple du Limousin montre à quel point la mise en place du plan très haut débit par les collectivités territoriales est beaucoup plus compliqué que la simple mise en concurrence des opérateurs traditionnels : coûts financiers importants, absence de rentabilité (au moins immédiate), superposition des collectivités, création de syndicat mixte et d'un opérateur non soumis à la concurrence... Cet ensemble de contraintes retarde la mise en place du processus et il n'est pas étonnant d'entendre de la part de certains acteurs que les délais ne seront pas respectés. C'est avec ce retard que commence la fracture numérique entre ruralité et urbanité. Si l'urbain est toujours synonyme pour beaucoup de lieu de modernité, c'est en partie parce que le rural souffre d'un décalage constant.

« Face à une telle situation, les réactions ou les prises de position sont légions. Les unes s'organisent sur un mode revendicatif ; elles réclament les moyens d'une vraie solidarité numérique nationale. Les autres expérimentent au quotidien, souvent avec succès, des solutions juridiques et organisationnelles alternatives. PME, centres d'affaire ou de télétravail, associations de développement numérique, petits et moyens Fournisseurs d'Accès Internet (...), les territoires ruraux français fourmillent d'initiatives. Bien entendu, ces projets restent limités; ils constituent encore le plus souvent de simples expériences. Ils esquissent toutefois des principes alternatifs et révèlent surtout l'intérêt de favoriser, aussi, les organisations locales. »⁴⁴

3- La fracture numérique à travers la typologie de la DATAR

Les trois groupes de campagne d'après la typologie de la DATAR de 2003 bénéficient d'un accès différent à Internet qui accroît la fracture numérique.

⁴⁴ Jean-Pierre Jambes, op. cit., p. 171.

Les campagnes dites fragiles souffrent le plus de cette fracture. Ce sont les campagnes des zones d'ombre – blanches et grises – jugées non rentables pour les opérateurs et dont la numérisation se réalise au prix d'une dynamique très volontariste :

« Comblant la fracture numérique semble ainsi revêtir un caractère d'urgence, explique Philippe Vidal, en particulier dans l'esprit des acteurs publics locaux qui subissent parfois la pression de leurs administrés habitant ces espaces de faible densité. Mais les bonnes volontés politiques se heurtent souvent à un certain nombre d'obstacles réels ou supposés qui retardent la concrétisation des démarches ou les ajournent, dans l'attente d'un hypothétique grand programme numérique national ou d'une découverte technologique peu coûteuse qui serait particulièrement efficace pour ce type de territoire »⁴⁵.

La menace qui pèse sur ces habitants est la fermeture des services publics et de proximité et leur remplacement par des services numériques ce qui les mettrait dans une situation d'exclusion. Nous rentrons ici dans une problématique d'usages.

Les TIC ont toujours joué une place importante dans le développement des campagnes périurbaines. Une *« appropriation numérique contribue à donner à l'habiter périurbain un surcroît d'intérêt, conférant à la maison périurbaine une plus grande valeur d'usage. Les TIC améliorent le confort de l'habitation en diversifiant ses fonctions et en préservant voire en décuplant « le bien-être pavillonnaire » »⁴⁶*. Les TIC apparaissent comme une manière de prendre de l'indépendance vis-à-vis de la ville centre et, d'une certaine manière, de gagner en ruralité. Les TIC construisent ainsi de nouveaux rapports à la centralité et de nouveaux espaces de sociabilité.

Les nouvelles campagnes diffèrent des campagnes fragiles en puisant leur dynamique dans leurs ressources locales.

« On peut leur attribuer le titre de « campagnes innovantes » lorsqu'elles mobilisent les TIC pour servir l'économie rurale en particulier dans le secteur de l'agritourisme. Ainsi, deux dimensions nous paraissent révélatrices de la place qu'occupent désormais les TIC dans les recompositions à l'œuvre au sein de ces espaces : un savoir-faire local grandissant dans la promotion sur le web du territoire au service du bouquet touristique (tourisme rural, tourisme vert, tourisme culturel aussi) et une capacité à s'appuyer sur ces nouveaux réseaux pour développer la vente directe des produits agricoles et artisanaux locaux »⁴⁷.

⁴⁵ Philippe Vidal, *Territorialisation de la convention internet dans les territoires ruraux*, Networks and Communication Studies, Netcom, vol. 25 (2011), n° 3-4 pp. 137 – 164, p. 143.

⁴⁶ Ibid., p. 149.

⁴⁷ Ibid., p. 153.

En témoigne la diversité des projets développés sur ces territoires : télémédecine, gestion informatisée des cantines, formation à distance, plateforme de travail collaboratif... Les infrastructures ne sont pourtant pas forcément toutes développées, ce qui démontre « *qu'une politique de contenus numériques offre des perspectives de développement territorial* »⁴⁸.

4- La vraie fracture numérique : les problématiques d'usage

Dans son rapport de 2013 sur *Les Territoires numériques de la France de demain*, Claudy Lebreton s'exprime ainsi :

*« Il est à déplorer, particulièrement ces dernières années, que le débat ait été largement monopolisé par les élus sur le thème des infrastructures et qu'une large part des sommes consacrées au développement numérique par l'État (grand emprunt, fond national pour la société numérique, etc.) et les collectivités soit investie dans les infrastructures (déploiement de la fibre optique, stockage à distance, sécurité des réseaux), au détriment des moyens dédiés à la création de services adaptés aux publics éloignés, au développement des compétences numériques et à la médiation des usages. »*⁴⁹

Parmi les nombreux acteurs interrogés, nombreux sont ceux qui ne veulent pas limiter la fracture numérique à l'accessibilité technologique, mais aussi à la problématique d'usage. Avoir accès à Internet est un préalable nécessaire certes, encore faut-il savoir s'en servir. Pour Philippe Roches, « *le désenclavement par le numérique ne relève pas que des infrastructures : la fracture numérique est sociale, culturelle. Il ne s'agit pas seulement d'avoir la fibre. C'est plus profond que ça. Il faut développer les usages, inciter les entreprises des territoires ruraux à utiliser le numérique en les sensibilisant à la valeur ajoutée du numérique, en les formant, en leur facilitant un accès* »⁵⁰. Christian Resche précise qu'« *après il y a l'étape suivante, la connectique ne suffit pas, il faut de l'accompagnement, de la formation [...] La très grande majorité des gens a aujourd'hui l'accès à Internet, la fracture numérique existe par rapport aux problématiques d'usage, une fois qu'on a passé le cap de l'accès au réseau et aux outils* ». Il prend l'exemple des Établissements publics numériques (EPN) qui permettent « *d'accéder, de découvrir, de s'informer,*

⁴⁸ Ibid., p. 155.

⁴⁹ Claudy Lebreton, *Les territoires numériques de la France de demain*, rapport remis au ministre de l'égalité des territoires et du logement, 2013,, 177 p., p. 59. document PDF téléchargeable sur : <http://www.strategie.gouv.fr/publications/territoires-numeriques-de-france-de-demain>

⁵⁰ Voir annexe n°1.

d'échanger, de créer et de s'initier aux outils, aux services et aux innovations liés au numérique dans le cadre d'actions diversifiées : rencontres, débats, ateliers collectifs d'initiation ou de production, médiations individuelles, libre consultation, etc. »⁵¹. Dans les « lieux de type EPN, ajoute Christian Resche, les médiateurs reçoivent des gens qui n'arrivent pas à utiliser Internet tout simplement ; c'est là où il y a une vraie fracture numérique ». Baptiste Ridoux, co-fondateur de La Quincaillerie Numérique, tiers-lieu de travail à Guéret dans la Creuse, n'hésite pas à évoquer sa façon de sensibiliser la population à l'usage du numérique, en se déplaçant :

*« Certains publics en milieu rural, si vous n'allez pas les voir, n'iront pas à Guéret. Nous allons au plus proche des gens sur le territoire proposer des ateliers. Ça fait aussi quatre ans que nous intervenons en milieu scolaire de la 6^e à la Terminale, sur les enjeux des réseaux sociaux, la propriété des données sur Internet – on aime bien le fait de sensibiliser. On participe de la montée en compétence de la population. Actuellement, j'accompagne un projet blog avec des jeunes Tziganes »*⁵².

Les problématiques d'accompagnement des usages numériques sont nombreuses. Savoir utiliser les technologies numériques est de plus en plus nécessaire pour l'accès à l'emploi, les démarches administratives, les réseaux relationnels, la participation citoyenne... Ainsi, le numérique doit être une manière de réduire les inégalités économiques et sociales : aide à l'insertion professionnelle, lutte contre l'exclusion, accès aux services publics... Le principe de subsidiarité devient le vecteur des politiques numériques. Il faut agir au niveau local, voir au micro-local. L'ancrage territorial doit être suffisamment fort. « *Tous les territoires, et pas seulement les villes, doivent devenir des laboratoires vivants et innovants des usages* »⁵³.

D- Le travail réinventé grâce au numérique

L'accès au numérique n'est pas la seule problématique d'enclavement des territoires ruraux. L'accès au travail constitue un argument de poids pour le maintien de la population sur le territoire et son attraction. Or, la question du travail ne peut être traitée sans l'avoir fait passer par le filtre de la révolution numérique. Aussi, c'est

⁵¹ <http://www.netpublic.fr/net-public/espaces-publics-numeriques/presentation/>

⁵² Voir annexe n°3.

⁵³ Claudy Lebreton, op. cit., p. 134.

par l'intermédiaire du développement numérique que le travail peut être maintenu dans les territoires ruraux.

1- Révolution numérique : discours ou réalité ?

La « révolution numérique » est entrée dans le domaine des sciences humaines : l'idée n'est plus à la marge, mais il faut savoir ce que l'on met derrière ces mots. Emploie-t-on le mot « révolution » comme simple superlatif pour évoquer le changement radical de nos usages ou prend-il une connotation historique dans le but de l'inclure dans un projet politique ? Patrice Flichy a déjà longuement évoqué cette problématique dans *L'Imaginaire d'Internet*⁵⁴ : l'imaginaire qui accompagne les créateurs d'Internet n'est ni une vérité, ni un mensonge, mais construit des symboliques dans la construction et la consommation des technologies. Il existe tout un discours d'escorte promouvant des usages de façon à faire nôtre l'outil nouveau. C'est ainsi que vont naître des pratiques à partir des représentations. Ainsi, ces représentations – toujours au sens où l'entend Durkheim – dans la conception et dans l'appropriation des dispositifs numériques sont tributaires d'imaginaires qui accompagnent et investissent l'action. Idéologie et utopie sont complémentaires. En effet, comme l'explique Paul Ricœur, l'idéologie se définit selon trois niveaux : la distorsion, la légitimation et l'appropriation⁵⁵. Nous en sommes au stade de l'appropriation. Cette idéologie prend sens lorsqu'elle s'articule avec le concept d'utopie. « *Ainsi, l'utopie peut non seulement se transformer rapidement en projet, mais également s'incarner dans des réalisations* »⁵⁶. C'est aussi de cette manière que des discours utopiques soi-disant en distorsion avec l'ancien système ne servent en réalité qu'à accompagner un nouveau système en voie d'être bien établi.

Les représentations servent autant à l'idéologie qu'à l'usage. La plupart des personnes interrogées se déplacent et s'installent dans les territoires ruraux pour évangéliser de deux manières : ils initient aux nouveaux usages numériques, ils y proposent une nouvelle vision de la société reposant sur le ruralisme, l'économie collaborative et circulaire. Ils sont à l'image des socialistes utopiques de la première moitié du XIX^e siècle, héritiers de la Seconde Révolution industrielle et de la Révolution française, et profitant d'elles pour proposer une nouvelle civilisation

⁵⁴ Patrice Flichy, *L'Imaginaire d'Internet*, éd. La découverte, Paris, 2001, 276 p.

⁵⁵ Paul Ricœur, *L'Idéologie et l'utopie*, éd. Le Seuil, Paris, 2005, 418 p.

⁵⁶ Patrice Flichy, op. cit., p. 255.

humaniste. Ce sont des personnalités comme Saint-Simon ou Pierre Leroux, mais l'on découvre aussi des expérimentateurs tels que l'Anglais Robert Owen venus fonder une communauté utopique aux États-Unis de même que le Français Charles Fourier. Ces derniers voulaient bénéficier d'une terre vierge pour réaliser cette double révolution et mettre en œuvre leur utopie socialiste. Les acteurs que nous étudions ici se rapprochent d'eux pas tant par le contenu des idées que par la volonté de réaliser une révolution qui leur paraît autant technologique que sociale. S'ils sont similaires, cela ne veut pas dire que nous assistons à une Troisième Révolution industrielle, mais que leurs discours et actions empruntent celui des socialistes utopiques. On peut donc supposer qu'il existe une volonté de s'inscrire dans l'héritage de ces derniers supposant que nous vivons une nouvelle révolution technologique.

Quels discours prononcent-ils ? Quelles utopies veulent-ils réaliser ? Dès que nous parlons de révolution numérique, nous tenons un discours d'accompagnement qui sert la société d'aujourd'hui en promouvant la société de demain. L'un de ses chantres s'appelle Michel Serres, grand promoteur de cette idée⁵⁷. Il constate que nous assistons aujourd'hui à une nouvelle révolution telle que nous en avons vécu lors de l'apparition de l'écriture, puis de l'imprimerie, révolutions conceptuelles du fait que nous changeons de support pour communiquer (passage de l'oral à l'écrit, du manuscrit à l'imprimé, de l'imprimé à l'informatique). Chacune de ces révolutions se traduit par le même spectre de conséquences (juridiques, politiques, sociales...) et par des crises de la même ampleur. Cette révolution vient en rejoindre d'autres : pour Jérémy Rifkin, leurs associations seront à l'origine des grands changements de demain. L'économiste parle de Troisième révolution industrielle qui reposerait sur cinq piliers :

- la conversion aux énergies renouvelables ;
- la transformation du parc immobilier en micro-centrales énergétiques produisant de l'énergie renouvelable ;
- la création dans chaque immeuble de techniques de stockage pour stocker les énergies intermittentes ;

⁵⁷ Michel Serres, *Petite Poucette*, éd. Le Pommier, 2012, 84 p.

- « *l'utilisation de la technologie d'Internet pour transformer le réseau électrique de tous les continents en inter-réseau de partage de l'énergie fonctionnant exactement comme Internet* » ;

- le passage aux véhicules propres susceptibles d'acheter et de vendre de l'électricité en réseau de partage⁵⁸.

*« Les nouvelles formes de communication donnent moyen d'organiser et de gérer les civilisations plus complexes que rendent possibles les nouvelles sources d'énergie. L'infrastructure émergente anéantit le temps et rétrécit l'espace : elle crée ainsi entre les personnes et les marchés des liens économiques plus diversifiés. »*⁵⁹

Il existe un champ du possible. Les révolutions en cours offriraient une voie au pouvoir latéral de s'exercer, une chance aux laissés pour compte de s'exprimer. Qu'il s'agisse de Michel Serres ou de Jérémy Rifkin, la révolution est telle que nous assistons sans contexte à un changement de civilisation. Dans le cadre de notre étude, ce qui nous intéresse, ce n'est pas la réalité ou le fantasme d'une nouvelle révolution technologique à l'œuvre, mais bien le discours de ceux qui la promeuvent et la répandent, particulièrement dans le cadre des promesses qu'elles laissent entendre pour les territoires ruraux.

2- De la révolution numérique à la révolution du travail

Les promesses ne sont pas seulement rurales, elles concernent aussi le travail. Comme lors de la Première Révolution industrielle, la question des philosophes a été de voir l'impact de celle-ci sur l'homme. Les socialistes utopiques voyaient les conséquences de la Révolution industrielle sur le travail, l'exode rural lié à l'industrialisation et le développement massif du paupérisme. Le passage d'une société classique de paysans propriétaires de leur talent, à la société industrielle, se résumant pour la plus grande partie des travailleurs à la location de leur bras, a poussé certains intellectuels à vouloir proposer une organisation du travail qui concilierait le salariat et l'épanouissement collectif.

⁵⁸ Jérémy Rifkin, *La Troisième Révolution industrielle, Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*, éd. Les liens qui libèrent, 2012, Paris, 413 p., p. 58.

⁵⁹ Ibid., p. 55.

Aujourd'hui, des questions similaires se posent. S'il existe encore beaucoup de domaines où l'économie numérique n'a pas encore prouvé son impact, les différentes prospectives montrent que les conséquences portées sur l'organisation du travail sont très importantes. L'informatique ayant pour essentielle fonction d'automatiser les tâches, ce sont déjà de multiples emplois qui ont été remplacés par la machine. Le machinisme est de toutes les époques : la machine permet à l'homme d'accomplir des tâches irréalisables sans elle, mais elle peut aussi se substituer à lui pour lui permettre de se concentrer sur d'autres tâches.

La révolution numérique aurait accéléré ce mouvement : 9% des emplois français seraient menacés par ce processus d'automatisation par les robots, d'après l'OCDE (mai 2016), ce qui totalise 2,4 millions d'emplois⁶⁰. Près de 30% des emplois risqueraient d'évoluer dans ce sens. Le philosophe français Bernard Stiegler fait partie de ceux qui s'interrogent sur la fin de l'emploi : selon lui, le modèle « *déjà très mal en point* » du libéralisme « *va tout simplement disparaître avec la généralisation de l'automatisation, qui va lui donner le coup de grâce au cours des dix prochaines années* »⁶¹. « *L'emploi et le salariat sont condamnés à plus ou moins long terme* »⁶². Nous agirions à rebours de la Première Révolution industrielle. Nous fonctionnerions sur une sorte de « *mécroissance* ». Bernard Stiegler propose la « *vraie croissance* » reposant « *l'économie contributive* » qui est un modèle de création de valeur basé sur la contribution :

« *Aujourd'hui, nous sommes entre deux modèles : le modèle consumériste qui reste dominant, et un modèle émergent, le modèle contributif. Entre les deux, il existe des modèles contributifs hybrides, comme on parle d'automobiles hybrides – par exemple Google –, qui sont hyperconsuméristes. Mais je suis convaincu que cette exubérance consumériste est un chant du cygne : elle produit une insolvabilité qui mettra violemment un terme à ces modèles ambivalents si nous ne savons pas négocier pacifiquement l'entrée dans une véritable économie contributive et redistributrice* »⁶³.

Nous sommes ici dans le discours idéologique reposant sur l'utopie d'un monde sans emploi. Nous rejoignons le propos de Paul Ricœur. Bernard Stiegler part du présupposé de la révolution numérique pour en tirer les effets philosophiques sur le travail. Il est proche en cela des socialistes utopiques. On retrouve derrière cette

⁶⁰ <http://www.latribune.fr/economie/france/2-4-millions-d-emplois-directement-menaces-par-la-revolution-numerique-en-france-572238.html>

⁶¹ Bernard Stiegler, entretien avec Ariel Kyriou, *L'emploi est mort, vive le travail !*, éd. Électronique Mille et une nuits, emplacement 527.

⁶² Ibid., emplacement 737.

⁶³ Ibid., emplacement 904.

notion Jérémy Rifkin, auteur de *La société du coût marginal zéro*⁶⁴ : partage libre d'information sur Internet, impression 3D, réseaux d'énergie décentralisés, Jérémy Rifkin croit au déclin des entreprises capitalistes et à l'avènement d'une économie fondée sur les biens communs, sur la remise en valeur des liens entre les individus dont le développement de l'empathie faciliterait les rapports économiques. L'écologiste Yann Moulier-Boutang développe dans *L'abeille et l'économiste* l'idée d'un dépassement du capitalisme industriel en un capitalisme cognitif grâce au numérique⁶⁵ : en dévaluant les tâches automatisables, les choses complexes sont réévaluées ; la force d'invention remplace la force de travail d'un individu. Pour Yann Moulier-Boutang, l'université est la nouvelle usine de demain. Il compare la situation actuelle à la pollinisation des abeilles en raison des multitudes de plate-formes sur le web que chacun de nous vient polliniser. Auteur de *L'Âge de faire*, Michel Lallement défend le mouvement du faire, à l'instar des hackers, contre le traditionnel travail salarié. Le faire, c'est-à-dire la volonté d'associer le « *travail au plaisir, à la libre-coopération, au geste esthétique* »⁶⁶.

Ce discours n'est pas que le fruit du travail d'universitaires, les tentatives d'expérimentation sont déjà nombreuses au travers de création comme les tiers-lieux de travail. Le Conseil national du numérique a notamment publié en janvier 2016 Les nouvelles trajectoires, sur l'emploi, le travail et le numérique, rapport remis à la Ministre du Travail : « *La période que nous traversons est celle d'une évolution systémique, exceptionnelle et rarement connue dans l'histoire de l'humanité* »⁶⁷. Il ajoute : « *50 % des emplois sont menacés par l'automatisation dans un horizon proche, si nos savoirs et nos compétences doivent évoluer en continu tout au long de notre vie professionnelle, il ne s'agit pas de modifier quelques indicateurs, mais d'entreprendre une révolution épistémologique* ».

La situation est donc « *sans commune mesure avec ce que nous avons connu auparavant* »⁶⁸. Le rapport parle de « *crise du modèle salarial* », résultat d'une « *vision obsolète de l'économie* »⁶⁹. Dans le rapport de Claudy Lebreton, Les Territoires numériques de la France de demain, le bouleversement des modes de

⁶⁴ Jérémy Rifkin, *La société du coût marginal zéro, L'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*, éd. Les liens qui libèrent, 2014, 512 p.

⁶⁵ Yann Moulier-Boutang, *L'abeille et l'économiste*, éd. Carnets Nord, 2010, 256 p.

⁶⁶ Michel Lallement, *L'Âge de faire*, éd. du Seuil, Paris, 2015, 448 p.

⁶⁷ Conseil national du numérique, Les Nouvelles Trajectoires, Janvier 2016, 206 p., p. 8. Cf <http://travail-emploi.gouv.fr/actualites/l-actualite-du-ministere/article/remise-du-rapport-travail-emploi-numerique-les-nouvelles-trajectoires>

⁶⁸ Ibid., p. 9.

⁶⁹ Ibid., p. 34.

travail et de production est évoqué : « *Les nouvelles technologies transforment les modes de travail [...] et font apparaître de nouveaux lieux de travail [...] estompant progressivement la frontière entre vie professionnelle et vie privée. [...] La double dynamique de démocratisation des outils technologiques et de travail collaboratif a donné naissance à des dispositifs d'un genre nouveau, les « labs » (Fablab, Biolab, Robolab, Brainlab,...)* »⁷⁰. Nous assistons donc à la naissance d'un discours idéologique d'ensemble reposant sur une multiplicité de concepts. Ce discours promeut des formes alternatives de travail se traduisant par la fin du salariat, le développement du travail indépendant et l'apparition de tiers-lieux de travail permettant de favoriser le travail collaboratif. Il est largement tenu par les acteurs de terrain, mais aussi relayé dans les rapports gouvernementaux comme on vient de le voir avec le Conseil national du numérique.

3- Le maintien du travail : un enjeu majeur du développement rural devenu possible grâce au numérique

Pour leur survie, les territoires ruraux ont besoin du maintien du travail. L'une des causes de l'exode rural vient de la perte progressive de la main d'oeuvre salariale dans les territoires ruraux, faute d'emploi. L'avancée technologique des machines agricoles, la délocalisation progressive des industries ont fait fuir la population rurale vers les villes. Pourtant, on peut dire que la démographie rurale augmente de façon significative depuis les années 1990, preuve d'un regain du rural, de la possibilité d'y vivre sa vie et donc d'y travailler : « *Les résultats des récents dénombremments de population montrent que depuis 1999 la population des espaces ruraux (hors périurbain) augmente au même rythme que celle de l'ensemble du territoire français (+ 0,7 % par an)* »⁷¹. Dans le même temps, de 2000 à 2013, la France s'est doté de 700 000 freelances supplémentaires, soit une augmentation de 85 % du nombre d'indépendants⁷². L'État français et les collectivités territoriales ont d'abord longtemps misé sur le télétravail pour éviter la fuite des cerveaux et attirer de nouveaux arrivants. Malgré l'échec des télécentres, le comité interministériel aux

⁷⁰ Claudy Lebreton, op. cit., p. 43.

⁷¹ Jean-Claude Bontron, *Transformations du monde rural et champ du travail associatif*, Pour 2/2009 (N° 201) , p. 43-49 cf. www.cairn.info/revue-pour-2009-2-page-43.htm.

⁷² <https://www.maddyneess.com/business/2014/09/04/freelance-hopwork/>

ruralités du 13 mars 2015, a renouvelé son souhait de développer le télétravail⁷³. Quel que soit le résultat attendu, l'idée émerge le plus souvent d'offrir au travailleur la possibilité d'une ubiquité numérique qui lui permette de conjuguer la quiétude d'une vie à la campagne et le succès d'une carrière professionnelle. C'est le cas lorsque certaines régions expérimentent la création de tiers-lieux⁷⁴ de travail, dans la continuité des télécentres, mais avec l'instauration d'une véritable animation autour.

Le capitalisme industriel s'est plus caractérisé par l'exode rural que par un développement de l'activité. C'est pourquoi le capitalisme dit « cognitif » serait plus favorable aux espaces ruraux. Certains du moins y croient. L'échec ou le succès de l'expérimentation d'une économie collaborative en territoire rural permet au moins de juger de la bonne santé du vieux système décrié remis en cause par la plupart des penseurs cités plus haut. Le rural est devenu cette terre d'expérimentation comme ce fut le cas aux États-Unis pour les socialistes utopiques du XIX^e siècle, dans la mesure où elle est une zone délaissée en raison de sa non rentabilité.

Nous sommes en présence d'une multiplicité de facteurs tendant à croire que nous assistons à une mutation sans précédent des territoires ruraux : le contexte économique et social, la révolution numérique et la révolution du travail laissent supposer que les prophéties d'auteurs comme Michel Houellebecq pourraient bel et bien se concrétiser. Toutefois, aucune preuve tangible ne peut accompagner les prospectives. Celles-ci viennent au secours des promesses qui sont liées à des intentions d'ordre idéologique. Le regard porté sur l'avenir révèle le plus souvent une certaine manière d'appréhender le présent. Une multiplicité de concepts nouveaux convergent autour du ruralisme et transforment des analyses géographiques et économiques en discours d'accompagnement d'une idéologie : la prospective devient un projet de société. Dans le cadre de notre enquête, il a donc été nécessaire de distinguer, chez les acteurs interrogés, le témoignage de leur travail, du discours d'intention, les deux étant souvent liés.

Il faut une certaine dose de militance pour aller investir ses talents dans le développement numérique des territoires ruraux, une certaine foi et un certain désintéressement. C'est souvent autour des tiers-lieux de travail que l'investissement est le plus important. Toutefois, s'il existe des départements ou régions valorisant ces modèles d'accueil du travail, d'autres au contraire préfèrent développer le numérique

⁷³ Comité interministériel aux ruralités, op. cit., p. 19.

⁷⁴ Pour la définition, voir plus loin en II-A-1.

directement chez les travailleurs sans chercher à développer un modèle économique alternatif. Les deux ne sont d'ailleurs pas forcément incompatibles.

II- Les conséquences du développement numérique des territoires ruraux sur le travail : un espace en mutation, de nouveaux usages, un nouveau discours.

Tout l'objet de cette seconde partie sera de voir ce que l'aménagement numérique des territoires ruraux et l'innovation technologique de manière plus générale peuvent avoir comme conséquences sur la réalité du travail. Il existe deux manières de moderniser le travail : soit en créant des espaces d'accueil répondant aux besoins variés des travailleurs et entrepreneurs, soit en donnant aux travailleurs eux-mêmes les moyens de leur adaptation numérique dans leurs lieux d'activité professionnelle. Récemment les tiers-lieux de travail se sont substitués aux télécentres pour accueillir les professionnels en demande. Certaines collectivités locales et territoriales privilégient ce type de structure à taille humaine. D'autres en revanche aident plutôt à la modernisation des secteurs d'activité. Chaque orientation est assortie d'un discours d'accompagnement, fruit la plupart du temps d'une volonté politique.

A- Les nouveaux espaces de travail dans les territoires ruraux : développer le travail rural et les usages du numérique

L'un des moyens pour attirer et retenir les travailleurs dans les territoires ruraux est de leur offrir les structures adéquates pour exercer leur profession à distance, qu'ils soient indépendants, jeunes entrepreneurs, salariés. De nombreuses tentatives ont déjà eu lieu. Le téléphone avait autrefois favorisé le développement des télécentres pour le télétravail, mais cela a été dans beaucoup de cas un échec. Il peut exister des pôles d'innovation qui accueillent des entreprises ou start-up. L'objectif étant à chaque fois de mettre à disposition les dispositifs numériques nécessaires au bon fonctionnement de chaque activité professionnelle. Nous nous sommes tout particulièrement penché sur les tiers-lieux de travail de par leur relation

privilegiée avec les technologies numériques : la promotion d'un discours en lien étroit avec les utopies du web, la manière dont ces tiers-lieux se définissent, appréhendent l'espace rural et le transforment.

1- Tiers-lieu de travail et espace de coworking : quelle définition ?

Les nouveaux espaces de travail seraient-ils en train de se substituer à la tentative échouée des télécentres ? Le mot « tiers-lieu » est apparu en 1989 grâce au sociologue Ray Oldenburg pour désigner les lieux hybrides, c'est-à-dire ne relevant ni du domicile, ni du travail. C'est le cas des fablabs (espace de rencontre et de création collaborative où l'on met à disposition des machines pilotées par ordinateur pour la fabrication d'objets) ou encore des espaces de coworking. Le mot 'coworking' est plus compliqué à définir parce qu'il s'agit d'un néologisme, de surcroît d'un anglicisme, fruit d'une pratique américaine née à San Francisco depuis 2005 seulement, importée en France vers 2010. Mais celui-ci nous concerne plus directement. Ce mot n'a pas encore trouvé sa pleine maturité, d'autant plus qu'en France, si les espaces de ce type sont en croissance exponentielle, en revanche, ils sont souvent à l'état de laboratoire, sans modèle économique fiable. En 2013, on en compte 121, soit une augmentation plus rapide que l'ancienne implantation des télécentres. Définir le coworking, c'est prendre parti. Pour le Comptoir numérique, implanté à Saint-Etienne, le coworking équivaut à « *travailler seul ou à plusieurs, souvent ou ponctuellement, avec ou sans objectif, sur des sujets transversaux, portés par des compétences locales* »⁷⁵. Pour Camille Giordani-Caffet, le coworking est un « *mode d'organisation du travail qui regroupe à la fois un espace partagé et un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Il privilégie ainsi les espaces de travail ouverts et l'animation, afin de multiplier la création d'opportunités pour ses usagers, les coworkers* »⁷⁶. Bruno Moriset préfère citer le programme « Creative Wallonia », développé par la région de Wallonie en Belgique :

« *Un espace de coworking, est un lieu d'accueil, de travail et de rencontre pour les entrepreneurs, porteurs de projets et d'idées qui souhaitent les partager avec d'autres ; ce lieu est dynamisé par une animation spécifique qui vise à créer les liens à l'intérieur de la communauté des coworkers et en dehors [...] l'agencement des pièces et du mobilier ainsi*

⁷⁵ Giordano-Caffet, Camille. *Tiers lieux de travail : quelle contribution au développement durable des territoires ? Une approche par l'étude des espaces de coworking*, 61 p., p. 10.
http://fr.slideshare.net/CamilleGiordani/tiers-lieux-coworking-et-developpement-durable-des-territoires-giordanicaffet?qid=4046cbbf-55df-4895-887a-aacd4ccc9e99&v=qf1&b=&from_search=1

⁷⁶ Ibid., p. 9.

que le modèle d'animation sont étudiés en vue de favoriser la rencontre, la collaboration, la discussion et le travail, pour la mise en œuvre des projets. Il y règne une ambiance décontractée et informelle qui libère la créativité et favorise le développement des projets. [...] Le coworking permet de favoriser la collaboration entre acteurs [...] et ainsi de créer un écosystème innovant au niveau local »⁷⁷.

Dilara Trupia (Silicon Sentier) et Catherine Fekhrane (TVT Innovation) insistent aussi sur la notion d'espace :

« Les espaces de coworking sont donc des espaces physiques mis à disposition de leurs utilisateurs comme les plateformes Web, pour permettre aux acteurs de l'innovation, de mutualiser les ressources, les compétences et les savoirs en fonction des besoins de chacun, dans le domaine des nouvelles technologies, et notamment des technologies numériques. Lieux publics, ce sont des espaces ouverts et hybrides de travail et d'évènement communautaire, à travers lesquels les porteurs, aussi bien que les utilisateurs mènent différentes actions en guise de soutenir les acteurs et les projets innovants dans leurs développements »⁷⁸.

Enfin la définition de l'espace de coworking parisien 'mutinerie' est plus originale : *« Le coworking est né du besoin d'échange de la communauté grandissante des indépendants. Imaginez un espace où ces indépendants travaillent ensemble mais pour des clients distincts, un environnement stimulant, sans hiérarchie, sans compétition, sans politique, un cadre convivial et cosy. Des lieux comme cela existent : ce sont les espaces de coworking »⁷⁹.*

D'une certaine manière, les auteurs ci-dessus proposent des définitions à peu près similaires, mais le chemin pour y parvenir est différent. Le Comptoir numérique et Camille Giordano-Caffet voient dans le coworking un nouveau mode de travail incluant de nouvelles valeurs et un nouvel espace. Pour Bruno Moriset citant Creative Wallonia, il s'agit d'un nouveau lieu de travail avec ses caractéristiques particulières dont les conséquences sont un nouveau mode de travail et de nouvelles valeurs. Enfin, pour Mutineries, ce sont les nouvelles valeurs de la communauté des indépendants qui suscitent un nouvel environnement de travail. Le coworking est donc à la fois un espace physique, un mode d'organisation du travail, et des nouvelles valeurs. Il a une triple dimension géographique, économique, idéologique.

⁷⁷ Cité dans Bruno Moriset, *Créer les nouveaux lieux de la ville créative Les espaces de coworking*, 2014, 22 p., p. 3.

⁷⁸ Dilara Trupia, Catherine Fekhrane, *Benchmark des espaces de coworking sur le territoire français*, Silicon Sentier et TVT innovation, 2011.

⁷⁹ Vu le 01/01/2016 : <http://www.mutineries.org/qu-est-ce-que-le-coworking/#.VoafmlIqu84>

2- Pour une meilleure définition des Tiers-lieux de travail ruraux

Il s'agit maintenant de définir au travers des différents acteurs rencontrés ce que peut être un espace de coworking en territoire rural et plus largement, des tiers lieux de travail. Nous avons étudié pour appuyer cette réflexion trois cas : l'espace de coworking Le Relais SML à Saint-Martin-de-Londres dans l'Hérault (en nous rendant sur place), le tiers-lieu de travail La Quincaillerie numérique à Guéret dans la Creuse (par échange téléphonique avec son fondateur) et en contactant les acteurs principaux du réseau SoLozère.

a- Différencier l'urbain du rural

Une erreur consiste à imaginer que le tiers-lieu de travail est le même partout. D'abord, parce que le phénomène est nouveau, il diffère facilement d'un lieu à l'autre. Surtout le fonctionnement est totalement différent entre un espace de coworking en ville et un espace de coworking en campagne. Un espace de coworking en ville arrive à être rentable facilement en raison du nombre de personnes directement concerné aux alentours. La concentration urbaine est telle qu'une clientèle est possible. Chaque espace en arrive même pour les grandes villes à s'organiser en fonction des métiers qui s'y côtoient ; à Paris, les espaces fonctionnent par catégorie de métiers. Dans les espaces de coworking ruraux, nécessité fait loi. Tous les métiers se fréquentent et surtout l'espace fait souvent double emploi : il peut faire aussi chambres d'hôtes, proposer un fablab, accueillir une radio, être un lieu de conférences... En effet, pour Patrice de Féligonde, président du Relais SML, l'espace de coworking

« est à la maison d'hôte ce que le bassin naturel est au jardin. C'est un lieu de brassage de compétences et d'idées, de projets et de mises en relation. C'est difficile à résumer en une phrase. Autre chose d'important : je pars du constat que, depuis quelques années, les petites entreprises souffrent d'un niveau de charge profondément anormal – que je trouve injuste – et qui leur interdit d'avoir plusieurs salariés avec eux. Du coup, les chefs d'entreprise, désormais seuls, ont besoin de se retrouver pendant quelque temps ensemble. On se rend compte que malgré des métiers très différents, les problématiques sont souvent les mêmes. »⁸⁰

⁸⁰ Voir annexe n°2.

A Guéret, La Quincaillerie numérique accueille une diversité de projets comme le témoigne Baptiste Ridoux qui dirige ce tiers-lieu :

« On retrouve un espace de coworking, un espace de médiation. Ça va de l'atelier d'initiation de l'outil informatique pour les seniors au bon usage du web pour les actifs et pour les seniors et à l'initiation au code pour les enfants. Les ateliers sont coopératifs et collaboratifs. Ensuite, on a un espace de convivialité. On accueille divers associations qui portent un projet de fablab. On accueille le studio bis d'une radio associative locale. Un autre collectif s'est créé au sein de La Quincaillerie, les « Idiots pat », qui développe un média collaboratif en ligne, relai des initiatives locales, mais d'une manière décalée, enfin « Grainotec », une bourse d'échange de graines libres de droit et open source »⁸¹.

L'existence de cette diversité est indispensable pour la pérennité des projets. Baptiste Ridoux donne quelques exemples :

« Par exemple, le fait d'avoir une radio associative, nous avons des émissions en direct de 12 à 14 heures qui relatent ce qui se passe à La Quincaillerie numérique. Si un projet voyait le jour, nous n'hésiterions pas à passer par la radio pour faire un appel à compétences. C'est un outil au service du coworking. De même pour le fablab : quelqu'un a envie de prototyper quelque chose, il n'a pas besoin d'aller à Limoges, il a une imprimante 3D à disposition. Après, s'il a besoin de découpe laser, nous sommes associés avec une autre fablab à Limoges qui est beaucoup mieux équipée. Nous sommes les premiers à avoir lancé ce type d'activités, il va y en avoir 14 pour la région bientôt ».

La Quincaillerie numérique a actuellement comme projet de proposer une offre de tourisme professionnel avec l'office du tourisme, un nouveau package « séminaire » : accès au tiers-lieu, visites comme l'Île de Vassivière et son centre d'art contemporain, offres sportives comme une sortie en parapente et valorisation des gîtes ruraux en suggérant leur accès plutôt qu'une nuit d'hôtel. Mais surtout, ces espaces sont le lieu de convergence du travail collaboratif autour des nouvelles technologies numériques.

b- Un modèle qui s'appuie sur les technologies numériques : le modèle maréchal-ferrant

« Le bon technologique est beaucoup plus palpable en milieu rural », ajoute Patrice de Féligonde. En effet, en ville, la question du numérique ne se pose plus, l'espace de coworking s'insère dans un paysage où il propose aux autoentrepreneurs un espace de travail pour rompre avec la monotonie et la solitude, pour partager les

⁸¹ Voir annexe n°3.

compétences, pour faire du réseau. Dans les territoires ruraux aussi, sauf que la question du numérique est tout particulièrement prépondérante.

« Aujourd'hui, une petite entreprise n'a plus les moyens d'avoir un certain nombre de compétences, et donc de se connecter au monde numérique, ajoute Patrice de Féligonde. Or si on n'existe pas dans le paysage numérique, on n'existe plus dans le paysage réel. D'autre part, une fois qu'on a établi des liens avec une communauté, qu'on s'est créé une identité, il y a toute une panoplie d'outils comme les CRM qui permettent aux entreprises d'avoir des moyens fantastiques. Un artisan a aujourd'hui les moyens d'avoir des données chiffrées sous forme graphique. Il y a encore peu de temps, ils montaient des business plan sous forme d'Excel. On entre dans une ère numérique qui atomise l'industrie entre les mains d'artisans. Je prends l'exemple d'un de nos coworkers, Stéphane, opticien, qui réalise ses propres lunettes grâce à une imprimante 3D, avec du bois de tonneau ».

Les tiers lieux ruraux sont des lieux acquis aux technologies numériques. Ce sont eux les diffuseurs des usages, c'est de là que l'espace va faire de la pédagogie auprès de la population locale sur les vertus du numérique et de la nécessité de s'y habituer pour participer au développement nouveau des territoires ruraux. Ce peut être sensibiliser les commerces et artisans contre l'ubérisation, comme le précise Virginie Verrière, étudiante stagiaire au Relais SML :

« nous avons constitué un groupe de travail pour créer une agence de communication dont l'idée serait de proposer des forfaits communication pour les petits commerçants comme ceux du village, pour les accompagner dans les nouveaux usages du numérique. Nous avons déjà réalisé un premier travail de communication avec l'opticien de Saint-Martin-de-Londres, lui-même coworker ».

Mathieu, jardinier et coworker au Relais SML, témoigne : *« Grâce à l'espace de coworking, j'ai trouvé beaucoup d'aide pour apprivoiser mon espace de travail numérique. Intégrer le relais a été pour moi une rampe de lancement ».*

En effet, selon Patrice de Féligonde,

« La question de l'ubérisation du secteur touristique impacte grandement sur les petits commerçants des espaces ruraux. L'objectif est d'arriver à un minimum d'autonomie numérique pour arriver à avoir son indépendance [...] Il y a encore longtemps, pour qu'un village soit actif, le maréchal-ferrant, celui qui ferrait les chevaux, était nécessaire, parce que les chevaux étaient essentiels pour le commerce. Aujourd'hui, si on veut être un marchand, on doit pouvoir trouver le maréchal-ferrant du moment, c'est-à-dire un lieu où on trouve toutes les compétences pour exister sur le web. Ça fait cruellement défaut de nos jours parce qu'il n'y a pas eu cette phase d'adaptation qui permet aux petits commerces d'apprivoiser l'univers numérique. Il faut un service numérique de proximité où on trouve des gens, un lieu incarné ».

Le tiers-lieu de travail rural devient un espace numérique de proximité. « *On est un lieu fédérateur de ce qui se passe en Creuse* », dit Baptiste Ridoux :

« Nous pensons que la ruralité a le droit à l'innovation : il y a des seniors passionnés, des ingénieurs retraités, des collégiens fascinés, tout cet aspect intergénérationnel aussi. C'est pour cela que nous ne parlons pas seulement d'innovation technologique, mais aussi d'innovation sociale : voir ainsi la matriarche des Tziganes de Guéret les inciter à venir ici car c'est, selon elle, une manière de se sentir citoyen, fait aussi partie de la mission de La Quincaillerie numérique ».

La Quincaillerie numérique s'inscrit aussi dans le cadre des programmes pédagogiques de l'Éducation nationale : « *On est aussi les colporteurs numériques. Certains publics en milieu rural, si vous n'allez pas les voir, n'iront pas à Guéret. Nous allons au plus proche des gens sur le territoire proposer des ateliers. Ça fait aussi quatre ans que nous intervenons en milieu scolaire de la 6^e à la Terminale, sur les enjeux des réseaux sociaux, la propriété des données sur Internet – on aime bien le fait de sensibiliser.* ».

c- Typologie des fréquentations

Traditionnellement, il y a dans les espaces de coworking des indépendants qui travaillent autour du web et de l'immatériel : journalistes, graphistes, développeurs... La population y est relativement homogène. Dans les territoires ruraux, les profils sont plus variés et la population plus fugitive : on trouve des opticiens, des comptables, architecte paysagiste... « *Il s'agit toujours des métiers de la connaissance, de l'immatériel à qui il faut mettre à disposition des lieux d'accueil* », précise Sébastien Ozio⁸². Certains ne sont là que de passage, d'autres s'y rendent comme au bar du village, y cherchant une certaine forme de convivialité, un nouveau lieu de vie. Les gens y viennent soit tous les jours, soit une fois tous les quinze jours, la fréquence est extrêmement variée.

Dans les tiers-lieux, un ensemble d'associations se rejoignent pour mettre en œuvre des moyens communs afin de réaliser leurs objectifs particuliers, comme le projet de fablab à La Quincaillerie numérique, porté par différentes associations. « *Avec mes camarades, nous avons compris que si on unissait nos forces, on parviendrait à faire de très belles choses sur le territoire* », témoigne Baptiste Ridoux. Le réseau SoLozère a pour but de fédérer tous les tiers-lieux du département de la

⁸² Voir annexe n°4.

Lozère : c'est un projet d'accompagnement par les pairs. Le réseau accompagne les autoentrepreneurs. « *Nous incitons les membres à s'associer quel que soit le statut, explique Sébastien Oziol : association, groupement, SCOP... L'idée est d'agir à plusieurs pour rompre avec l'isolement* ».

d- A la recherche d'un modèle économique ? La prévalence du discours idéologique sur le discours économique

« *Peut-être que l'on a voulu promouvoir un certain nombre de valeurs en créant ce lieu* », explique Baptiste Ridoux. L'installation de tiers-lieux est un peu à l'image de l'aménagement numérique du territoire. En ville, c'est la libre concurrence, dans la ruralité, c'est une mission de service public. L'espace de coworking est d'abord au service du bien commun. D'une certaine manière, il n'est pas question d'être rentable.

« *Pour l'instant, il n'y a pas de rentabilité, détaille Patrice de Féligonde à propos du Relais SML. Au mieux, je me permettrai un SMIC d'ici la fin de l'année. Mais le rendement est secondaire, ce qui m'intéresse, c'est de m'éclater. Je pense surtout que c'est une partie de l'économie qui va reprendre ses droits, avec des micro-projets, l'inverse de ce qui nous énerve dans la mondialisation. Ce que je fais est un engagement politique au sens premier du terme. Pour moi, commercer avec son voisin, c'est faire reculer « Le Pen » et les extrêmes.* »

Le projet idéologique prime sur le projet économique. Pour Baptiste Ridoux, il est important de penser à un modèle économique comme proposer des offres avec l'office du tourisme, mais dans le même temps il ne veut pas entendre parler de rentabilité : « *Pour moi, on est un service public. Il y a toute une dimension sociale comme le prêt de nos locaux au Secours populaire* », par exemple. Pour Sébastien Oziol, il en est de même. « *Un tiers-lieu à Villefort dans les Cévennes n'est forcément pas rentable, il est même coûteux. Par contre, je pense qu'il apporte un niveau de service dans un village, c'est important.* » A la question d'une motivation d'ordre plus politique et idéologique, Baptiste Ridoux répond : « *Politique au sens noble, c'est évident* ».

En même temps, le projet d'espace de travail en milieu rural peut être vu comme un intérêt économique à long terme, en considérant que le projet politique prévaut sur la rentabilité économique immédiate :

« *Connaissez-vous le problème en physique ? Si vous prenez une feuille uniforme, que vous la mettez en tension et que vous faites un petit trou avec une épingle, la feuille se*

déchire en deux. Vous prenez un papier recyclé et la feuille tiendra malgré le trou de la punaise. Voilà le problème avec nos sociétés trop standardisées : dès qu'il y a une crise, c'est tout un pan de l'industrie qui disparaît. C'est pour cela qu'il faut atomiser les savoirs et avoir des métiers les plus différents possibles ».

Pour justifier d'un intérêt économique à proposer un espace de coworking en milieu rural, Patrice de Féligonde mise sur la transformation du système économique reposant sur la fin de l'industrie et le développement du capitalisme cognitif. « *Je pense, à l'instar du mouvement écologique Colibris, qu'il y a urgence à se réappropriier les schémas économiques avec les outils du XXI^e siècle qui sont à notre disposition, il y a urgence absolue. Cela ne fonctionnera surtout pas avec la standardisation, ce serait une catastrophe.* »

Créé en 2007 par Pierre Rabhi, le mouvement Colibris préconise la mise en place d'une société écologique et humaine : « *L'association place le changement personnel au cœur de sa raison d'être, convaincue que la transformation de la société est totalement subordonnée au changement humain* »⁸³.

e- Initiative privée ou publique ?

L'absence de rentabilité pose la question de l'investissement. Dans le cas du Relais SML, Patrice de Féligonde vit de lui-même et de ce que lui rapporte ses chambres d'hôtes. C'est pourquoi, on peut se poser la question du succès de son Relais sur le long terme s'il n'y a pas de rentabilité, ni investissement public. Mais, selon lui, « *le temps de maturation d'une collectivité est de trois à cinq ans. Notre société va malheureusement trop vite. Les collectivités sont condamnées à l'obsolescence par leur temps de réaction. Elles seront toujours en retard. Les dinosaures sont morts à cause de cela* ».

En revanche, pour La Quincaillerie numérique, tout a commencé de concert avec les collectivités territoriales. « *Il y a un outil sur lequel on travaille à la Région qui est un outil de désenclavement formidable, ce sont les tiers-lieux de travail où on peut faire plein de choses telle que la médiation numérique, des nouvelles formes de partenariat, de travail collaboratif, de développement économique à travers les fablabs* », témoigne Philippe Roches, chargé de mission numérique à la Région Limousin⁸⁴. Lors de notre entretien avec Baptiste Ridoux, en mars 2016, la Région

⁸³ <http://www.colibris-lemouvement.org/colibris/notre-mission>

⁸⁴ Voir annexe n°1.

Limousin finançait quatorze projets de tiers-lieux de travail, dont La Quincaillerie Numérique. Pour Baptiste Ridoux, « *il faut dans un premier temps s'assurer le soutien des milieux locaux. Je pense à une super fablab dans l'Indre qui a commencé sans l'appui des politiques et qui a fermé au bout d'un an. Il faut convaincre les élus de la pertinence du projet. Il y a aussi la conjoncture qui fait que nous répondons à certains des besoins* ». De cette manière, il a obtenu l'appui de l'agglomération du Grand Guéret et de son président.

De même, le réseau SoLozère émane à la fois de l'agence de développement économique Lozère Développement, de la Maison de l'Emploi et de la Cohésion sociale. Il regroupe des lieux et des personnes pour favoriser le travail collaboratif en divers lieux du Département :

« Nous nous sommes confrontés à des publics différents mais qui avaient les mêmes besoins, c'est pourquoi on a créé ce réseau. On n'a pas la mesure de l'impact de la dynamique SoLozère sur le territoire, on sait qu'elle est dynamique. Beaucoup de personnes s'appuient dessus, autour de 150 personnes. Cela nous a permis d'assurer le rapprochement de personnes, des constructions d'alliances, des partenariats, voir des dynamiques coopératives et collaboratives ».

En créant ce réseau, le besoin était double : politique d'abord, car les élus locaux souhaitaient créer une dynamique d'attractivité territoriale ; il fallait aussi satisfaire aux besoins des nouveaux arrivants, très demandeurs de ce type d'espace de travail. Les autoentrepreneurs sont souvent laissés pour compte, ils ne savent pas vers qui se tourner. C'est pour cette raison que le réseau SoLozère a en partie été créé.

B- La prééminence du discours idéologique sur l'usage des innovations technologiques

A travers l'hypothèse que la nouvelle économie numérique est contributrice de nouvelles valeurs idéologiques, nous pouvons constater avec les deux exemples suivants que ces dernières viennent prendre le dessus sur les potentialités qu'offrent les technologies numériques. Le numérique est un moyen pour aboutir à une fin beaucoup plus utopique, même si celle-ci n'est pas incompatible avec les objectifs de rentabilité économique.

1- Le Relais SML : une initiative privée au service de valeurs

a- Un espace à s'approprier

L'exemple de l'espace de coworking à Saint-Martin de Londres rejoint le propos énoncé plus haut. Le Relais SML se situe au cœur de la petite commune de Saint-Martin-de-Londres, au 25 route du littoral. La commune fait 2651 habitants et se situe à plus de 25 km au nord de Montpellier. Il inclut la maison d'hôte ouverte début 2012 et l'espace de coworking début 2015. Son entrée par une porte cochère ouvre sur une sorte de patio avec d'un côté l'accès à l'espace de coworking et, de l'autre, l'accès aux parties communes du salon et de la cuisine. L'endroit est bucolique. Cela semble être voulu. Les meubles du patio sont réalisés avec du bois de récupération. A l'étage, se trouvent les chambres d'hôtes du relais, peu occupés l'hiver hormis la présence permanente d'un coworker, Mathieu. Chacune des pièces est munie d'un ensemble d'outils qui permet la connexion à Internet. La Wifi est accessible partout. De cet ensemble se dégage un esthétisme mêlant grand bazar, rusticité et modernité, notamment pour ce qui concerne le salon et la cuisine/salle à manger. Dans l'espace de coworking, le lieu est plus moderne, plus standardisé avec la possibilité de s'isoler dans des bureaux à part.

Derrière les bâtiments, à l'extérieur, se situe le jardin avec un bassin au centre et un ensemble de petits espaces à découvert, dans des cabanes, sur des arbres, sortes d'abris de fortune pour continuer son travail à l'extérieur lors des beaux jours. Le jardin est en principe propice au travail, mais nous sommes en plein hiver en ce main du 16 février 2016, la plupart des meubles de jardin sont rangés.

Ce relais est donc divisé entre les espaces de convivialité, les lieux d'habitation, l'espace de travail et le jardin. En réalité, cette structure de façade en cache une autre plus implicite : il s'agit de créer un ensemble de petits lieux tous plus différents les uns des autres que chacun peut s'approprier selon qu'il souhaite travailler en commun, discuter, être en convivialité, ou s'isoler. Ainsi l'espace ne reste pas figé, cloisonnant ses occupants dans des rôles. La cuisine/salle à manger est bien évidemment un espace de convivialité – lieu de passage surtout entre le salon et le jardin –, mais il peut être aussi le lieu d'une conférence ou d'un travail collectif, d'un simple échange de coordonnées. Les occupants de l'espace sont mobiles, transportant aisément leurs dispositifs numériques d'une pièce à l'autre, selon ce que celle-ci apporte à l'instant T, au gré de ses occupants et de ses intervenants.

L'espace intérieur et extérieur n'est pas ou mal entretenu. Il n'est pas vierge, il est même rempli d'objets éparpillés, d'un étalage désordonné de prospectus, de coussins colorés sans souci esthétique. Il y a beaucoup de matériels de récupération, certainement dans une logique de développement durable. Pas de rangements, beaucoup de poussière, meubles de jardins piqués par l'humidité et non préservés pendant l'hiver... Cette ambiance un peu négligée montre que l'énergie est mis ailleurs que dans la présentation. Cela met le coworker à l'aise vis-à-vis du matériel qui est là pour être utilisé, non pour être admiré telle une œuvre d'art. C'est un espace à s'approprier. Le coworker est libre de le refaire à sa guise.

b- Une émulation collective inspirée par les technologies numériques

Cette journée du 16 février 2016 est différente du reste de la semaine. Elle vient d'être initiée par Patrice de Féligonde. L'objectif est que l'ensemble des coworkers se réunisse avec la présence le matin d'un intervenant et un déjeuner commun le midi. Douze coworkers sont présents, certains juste de passage, d'autres présents toute la journée.

L'intervenant est un expert comptable, Jérémy, lui-même coworker à Montpellier qui possède ses propres bureaux. Sa présence a pour but d'aider à la création d'entreprise. Il donne des conseils, notamment à deux coworkeuses , Alexandra et Valentina, dont le projet est de fonder une épicerie vrac à Montpellier. Une discussion s'improvise autour de la table de la salle à manger, ce qui permet au président, en train de préparer le déjeuner, d'écouter la conversation. Jérémy donne des conseils, notamment sur le choix du statut à prendre pour leur future épicerie. Une autre personne est présente. Il s'agit de Virginie, actuellement en stage de community management pour le relais SML.

Dans l'espace réservé au coworking, se trouve un thérapeute qui finit sa thèse, avec un naturopathe et un psychologue dont l'ambition presque aboutie est d'ouvrir leur cabinet à Saint-Martin-de-Londres, ici-même, avant la fin mars 2016. Enfin, un couple de personnes plus âgées est présent. Il profite de ce lieu de travail pour s'investir à de multiples projets d'association. Mathieu est autoentrepreneur, il est jardinier en même temps qu'il tient un blog de randonnée. Tous se retrouveront le midi pour déjeuner ensemble. Cette journée hebdomadaire se tiendra tous les mardis dorénavant.

L'ensemble des acteurs savent que je suis là dans le cadre d'un mémoire de recherche appliqué en sciences de l'information et de la communication. J'ai même prévenu de mon arrivée ici sur la page Facebook du relais et sur le site. Il n'y a donc pas ou peu de surprises de la part des coworkers du fait de ma venue. Ils savent que je vais en interroger certains. Il semble évident qu'en ma présence – surtout de la part du président – il y ait une mise en scène, un besoin de valoriser le choix professionnel de travailler en coworking plutôt que d'aborder les difficultés qu'ils peuvent y rencontrer. Cependant, il semble qu'ils n'ont pas besoin de faire un gros effort pour y parvenir. La conviction semble les accompagner. La journée est donc suivie par mes observations silencieuses et mes intrusions pour réaliser des entretiens. Il n'est pas possible d'interroger l'ensemble des acteurs en raison du temps qui m'était imparti et du travail des coworkers eux-mêmes.

Le déjeuner se déroule d'une manière très conviviale autour d'une multi-crêpe partie. C'est l'occasion d'échanger sur beaucoup de choses futiles mais qui viennent entourer les projets que chacun porte. « *Les projets naissent au cours de ces échanges* », me témoigne une des coworkeuses. Toutefois, beaucoup de projets sont évoqués et peu de concrétisations. C'est un lieu d'expression des idées. Alexandra parle beaucoup de son projet d'épicerie vrac à table. Son objectif sans doute inconscient est de convaincre l'ensemble des convives de la pertinence de son projet en le resituant dans le contexte de l'économie de partage et du développement durable. Elle évoque l'engouement pour les épiceries vrac, à la fois phénomène totalement nouveau et victime de son succès depuis sa médiatisation par la COP21 (conférence de paris sur le climat qui s'est déroulée fin 2015). Alexandra pense donc qu'elle a choisi un créneau porteur. Elle témoigne aussi de son impossibilité à retourner dans le circuit classique du travail depuis qu'elle a travaillé à Madagascar dans un contexte humanitaire. D'où son projet d'épicerie vrac, d'où sa présence en espace de coworking, un lieu plus propice pour elle au travail. Son association avec Valentina est récente. Cette dernière l'a rejointe il y a quelques semaines dans le projet. Si elle vend la faisabilité de son projet, en revanche, on ne peut pas dire que sa réalisation a concrètement eu lieu car son échange avec Jérémy durant la matinée portait justement sur l'entité juridique idéale que la future épicerie devrait utiliser. Dans le cadre du déjeuner, seules les idées et les valeurs véhiculées permettent une discussion de groupe animée. Les propos d'Alexandra sur le développement durable ont fait renchérir Mathieu à propos du blog qu'il anime sur la

randonnée et des prestations proposées qui en découlent. Une adhésion à certaines valeurs liées au développement durable rapprochent dans l'instant l'ensemble des coworkers. C'est l'occasion pour Mathieu de faire valider auprès d'autres personnes la pertinence de ses prestations.

Cet espace de coworking associe des personnes aux convictions similaires portées par un projet qui les stimule. On ressent surtout un réel besoin de conjurer la solitude qui pèse sur le jeune entrepreneuriat. Échanger ensemble sur leurs projets rassurent ces personnes car elles en montrent la pertinence. Ici, les coworkers trouvent un terrain propice aux échanges et à la récupération d'informations. Il s'agit tout particulièrement des informations liées aux nouveautés, aux tendances du moment, surtout aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Tous ont bien pris conscience que leur projet professionnel s'inscrit dans un nouvel environnement numérique qu'il s'agit de bien connaître avant de s'engager. Ainsi, Mathieu, dont les prestations dépendent uniquement du canal digital, ira le soir même à Montpellier, au Corum, à l'anniversaire de la French Tech, avec Patrice, le président de l'espace de coworking. Cette initiative intéresse Alexandre et Valentina qui vont peut-être opportunément s'y rendre.

Si les motivations de chacun à venir travailler sont sans doute liées à des intérêts matériels (proximité géographique, espace de travail), il semble qu'ils définissent plus l'espace de coworking comme un lieu de rencontres et d'échanges d'idées. Tous le font autour des nouvelles technologies et des valeurs liées au développement durable, autrement dit d'un nouvel environnement de travail au sein duquel il leur semble nécessaire de se situer pour mener à bien leur projet professionnel.

De son côté, la présence de Patrice, le président, donne vie à l'ensemble. Il favorise cette émulation de l'esprit et des projets qui se rencontrent et se mettent à l'épreuve, pour faire émerger une identité, sur le long terme, au Relais SML. Son rôle est aussi d'asseoir cette maison d'hôte et de travail dans le paysage local. Il veut que l'écosystème villageois soit transformé par la présence de cet espace de coworking, notamment pour ce qui concerne sa transformation numérique. Dans le contexte d'un désert numérique sur le territoire local de Saint-Martin-de-Londres, le Relais SML trouve sa pertinence, en étant un terrain de jeu professionnel où certains acteurs du territoire s'échangent leurs compétences en s'inspirant de l'apport des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

c- Un espace de travail en quête de maturité

Les professionnels qui se réunissent dans cet espace de coworking ont des parcours très variés, mais veulent tous se servir des innovations numériques pour avancer dans leur projet. Ils s'inscrivent tous dans le cadre de l'économie collaborative où l'on voit bien que, même s'ils sont autonomes dans la conduite de leur plan professionnel, ils bénéficient de la compétence de l'autre ainsi que de son réseau. La population présente est d'origine urbaine. Si pour la plupart, ils développent un certain goût pour la ruralité, en revanche, leur mentalité reste urbaine et leur projet aussi. Ils participent bien au phénomène d'urbanisation et de ruralisation. Les valeurs sont prépondérantes pour chacun d'entre eux, cela semble les réunir et former une véritable cohésion : cohésion à laquelle tient Patrice de Féligonde. Ce dernier ne se sert pas de ces valeurs par intérêt, il y croit profondément, mais il les utilise pour favoriser une émulation au sein de l'espace de coworking. Il tire des projets de chacun un projet commun qui est un véritable projet de société dans lequel il faut inclure les notions de révolution numérique, d'économie collaborative, et l'impression d'une ruralité retrouvée (ruralisme).

Toutefois, le projet de coworking est encore en phase de gestation : il n'existe que depuis un an. Les démarches sont pour l'instant autocentrées ; c'est la réunion au sein de cet espace qui permet les initiatives et les possibles contextualisations numériques des commerces de la commune. Ainsi, Virginie propose une stratégie de communication digitale à un opticien, mais cet opticien fait aussi partie des coworkers. Aussi, l'espace n'a pas établi de contact avec les collectivités locales : sous prétexte, selon Patrice de Féligonde, de l'excessive lenteur de leur réaction et de leur incapacité à suivre la cadence des nouvelles réalités liées à l'économie numérique. La communication avec la mairie n'est pas vraiment établie, il y a selon Patrice un fossé de génération, une impossibilité à comprendre à la fois la nouvelle donne économique et les nouvelles réalités liées au monde de l'emploi. En effet, nous sommes parvenus à discuter de la relation avec le maire, M. Jean-Louis Rodier, parce que je leur ai indiqué que j'allais aussi l'interviewer.

Cet entretien avec le maire s'est déroulé le même jour, à partir de 16h. Il a permis de rendre compte de la réception de l'espace de coworking par les collectivités locales. La réaction liée à ma présence semblait être un peu hostile. Dans son esprit, Jean-Louis Rodier a comparé l'espace de coworking à un projet de

télécentre, une possibilité selon lui de retenir ses habitants qui se déplacent tous les matins vers Montpellier, et d'attirer les populations urbaines vers les zones rurales. Ce centre de télétravail s'adresse essentiellement aux professions administratives. Toutefois, le maire ne prend pas du tout conscience du nouvel écosystème que veut impulser le relais SML dans le cadre de la nouvelle économie numérique. Il ne fait pas le lien entre économie numérique et espace de coworking. La transformation numérique des territoires se résume, selon lui, à l'accès au haut débit et très haut débit de la population qu'il administre. Il ne saisit pas l'idée qu'une adaptation des territoires ruraux à l'espace numérique serait nécessaire. Il semble reprocher implicitement au président du Relais de ne pas établir la relation, tandis que ce dernier lui reproche ouvertement de ne pas être ouvert aux nouvelles réalités de l'économie. Des deux côtés, la communication est fermée pour ce qui est un conflit de génération, mais surtout de vision. Il ne semble pas qu'il y ait d'efforts d'un côté ou de l'autre pour que cette communication s'établisse ou s'approfondisse.

Le projet de Patrice de Féligonde est d'abord une intuition d'ordre idéologique qu'il souhaite traduire en actes avec la création de cet espace de coworking. Si l'espace connaît un certain succès en terme de fréquentation, l'absence de soutien extérieur en raison de désaccords de fond peut nuire à la pérennité du projet. C'est là où on devine la prééminence d'un discours idéologique qui ne cherche pas à s'adapter à celui d'éventuels partenaires, prêts à leur apporter un soutien logistique, communicationnel ou financier.

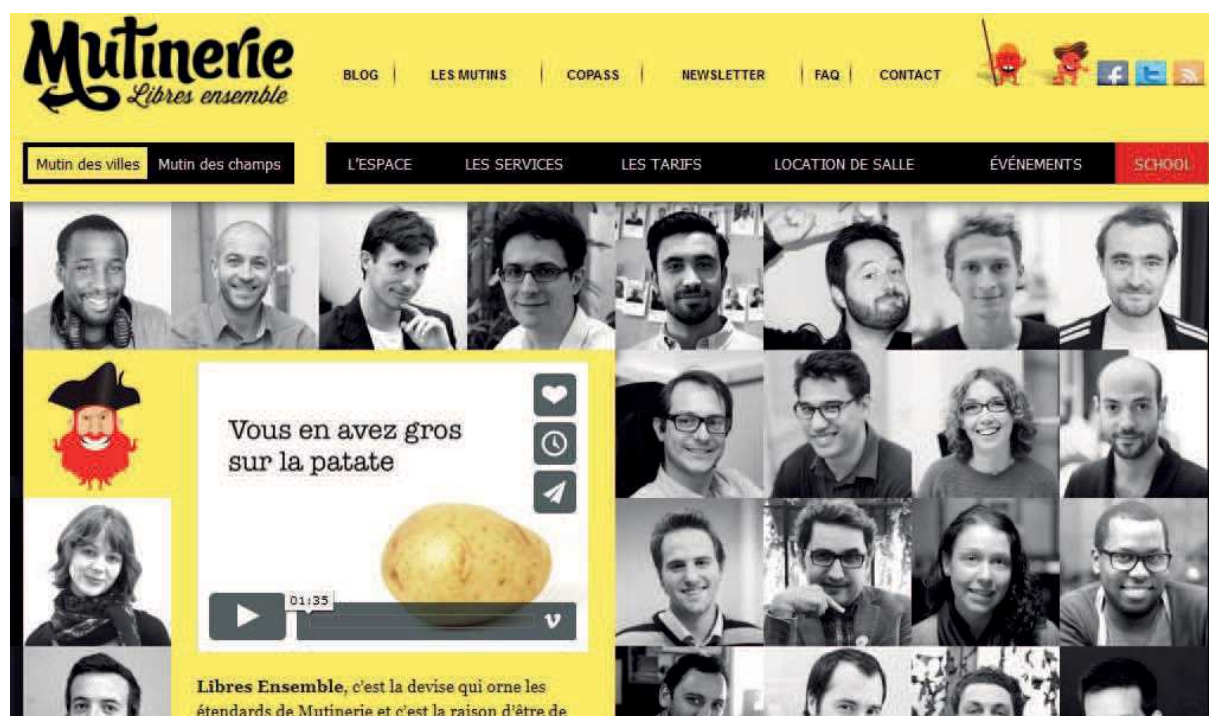
2- Quel discours pour les espaces de coworking ruraux ? L'exemple du site Internet Mutinerie Village⁸⁵

Il a été établi que la motivation des espaces de travail étudiés étaient plus idéologiques qu'économiques. Mutinerie Village a l'avantage de mettre les valeurs idéologiques et l'objectif de rentabilité économique sur un pied d'égalité avec une stratégie de communication clairement identifiée. Mutinerie regroupe deux espaces de coworking, l'un situé à Paris (29 rue des meaux, 19^e arrondissement) l'autre situé à Saint-Victor de Buthon (28) au lieu-dit la Lochonnière. Son site mutinerie.org met en valeur des espaces de coworking qui ont la particularité de se développer l'un en

⁸⁵ Voir l'intégralité de l'analyse sémiotique du site www.mutinerie.org en annexe n°5.

ville, l'autre en campagne. Le site Internet témoigne de sa stratégie de communication digitale.

a- Mutin des villes : une conviction au service d'un modèle économique



Les quatre menus du site sont hiérarchisés, organisés, preuve qu'il existe une véritable intention de communication : le menu le plus identifiable est le plus fonctionnel, c'est celui qui invite à regarder les prestations proposées et les tarifs.



L'intention est d'abord économique : il s'agit de faire de l'espace de coworking un moyen rentable. À droite du menu, un onglet en rouge intitulé « School » sort du lot. Il semble insister sur cette prestation : serait-elle plus pertinente, plus rentable, ou celle qui correspond le plus à la manière de voir l'espace de travail ? Dans un deuxième temps, le top menu permet de savoir qui s'adresse au visiteur – les mutins – et qu'est-ce qu'ils expriment, quelles opinions – le blog.

À gauche du menu principal, un autre menu est constitué seulement de deux onglets : « Mutin des villes », « Mutin des champs ».



Mutin des villes Mutin des champs

Ce dernier laisse deviner que le site est partagé en deux. Lorsqu'on clique sur « Mutin des champs », on quitte la page d'accueil et on atterrit sur : <http://www.mutinerie.org/village-homepage/#.V59RQDVhVI>. Les mots à retenir, « village » et « homepage », permettent d'identifier que le site propose une deuxième page d'accueil, et que Mutinerie offre une prestation différente que celle située à Paris, une nouvelle page d'accueil comme si on était sur un autre site, tandis que le début de l'URL confirme que c'est le même. Ce menu semble être un ajout suite à la création d'un nouvel espace en territoire rural. L'initiative est d'abord urbaine avant de s'étendre sur le rural. Il s'agit d'urbains proposant une offre rurale. La cible de Mutinerie est essentiellement urbaine, même si elle invite à une expérimentation du coworking en territoire rural. Le quatrième menu est plus difficile à apercevoir car cela nécessite de scroller avant de réaliser qu'il se situe sur le footer du site.

NOTRE VISION

QUI SOMMES NOUS ?

COWORKING

NOTRE HISTOIRE

JOBS

Avec des pages comme « Notre vision », « Qui sommes-nous ? », « Notre histoire », les auteurs semblent en effet communiquer sur l'identité du site. Là aussi, il diffère selon que l'on est sur « Mutin des villes » ou « Mutin des champs ». Avec des menus différents, les auteurs du site semblent montrer que chacun des deux espaces de coworking a une identité propre.

Le corps de la page est original, car, au lieu de montrer traditionnellement les derniers articles du blog ou les différentes prestations, Mutinerie affiche les portraits des mutins en noir et blanc, en format carré 125x125 px, alignés ainsi sur six rangées et huit colonnes. En cliquant sur chacun des portraits, des informations complémentaires prennent le pas sur trois autres portraits, formant un nouveau carré

et précisant le nom et prénom du coworker, le nom de son entreprise ou de son employeur, ses compétences professionnelles.



Un lien sur le prénom invite à en savoir un peu plus sur la page du coworker. Les coworkers sont ici sur un pied d'égalité, à tel point qu'ils sont positionnés sur la home page d'une manière aléatoire, de sorte que, lorsqu'on la met à jour, leur emplacement change. Ainsi, il n'existe aucune forme de hiérarchie dans cet espace de coworking, comme si les coworkers étaient eux-mêmes les acteurs de cet espace.

Finalement, le seul personnage à être mis en valeur est un personnage fictif :



Ce pirate à la barbe rousse et au chapeau de corsaire est en couleur et occupe d'emblée la taille de douze portraits non pour se présenter, mais pour présenter une vidéo et un texte. Celle-ci vient expliquer l'intérêt d'un espace de coworking. C'est le seul contenu d'ailleurs qui permet au visiteur de comprendre clairement qu'il se

trouve dans un site Internet d'espaces de coworking. La communication sur cet espace restant secondaire, la figuration d'une grande solidarité entre les coworkers, l'emblème fictive d'un pirate à la barbe rousse les réunissant tous, comme une forme de communauté très soudée, donne le sentiment que pour parvenir à cet espace, il faut avoir franchi la barrière d'une initiation, en adoptant le véritable état d'esprit d'un mutin.

Le logo « Mutinerie » et sa devise « Libres ensemble » donnent clairement l'orientation communicationnelle du site. La liberté évoquée sonne comme une alternative à la vie du travailleur salarié sous la houlette d'un employeur. Le mot « ensemble » ajoute qu'ici, cette liberté acquise n'a pas forcément pour conséquence la solitude bien au contraire ; la multitude de portraits rangés de manière aléatoire sur un pied d'égalité évoque parfaitement bien ces deux aspects. Les auteurs du site ont donc repéré les deux besoins de leur cible : la quête d'une liberté retrouvée en communauté. Cependant, l'identité clairement affichée à travers la symbolique communautaire de la tribu de mutins pirates montre qu'un certain état d'esprit est nécessaire pour espérer entrer au-delà d'une simple collaboration professionnelle, dans la vie de cette famille. Cet obstacle répond à un autre besoin : se sentir solidaire, d'autant plus que la cible principale semble être l'autoentrepreneur qui se trouve dans une situation souvent inconfortable.

En conclusion, nous pouvons dire que les auteurs du site ont construit une page d'accueil autour d'une identité forte avec une conviction ancrée dans les principes du travail collaboratif. Pour autant, la mise en évidence de cette conviction ne néglige en rien l'aspect économique, au contraire, cette conviction est orientée pour l'attraction d'une certaine clientèle. Si le visiteur parcourt rapidement le site, la première chose qu'il apercevra seront les prestations proposées, les tarifs ; cette deuxième mise en valeur montre qu'un modèle économique est aussi clairement identifié. Les créateurs de Mutinerie associe conviction et rentabilité sans que les deux soient contradictoires. Ils se servent d'une conviction au profit d'une rentabilité.

b- Mutin des champs : un nouvel espace de récréation pour les travailleurs indépendants



Sur la page d'accueil de Mutins des champs, les menus gardent la même orientation, ils sont positionnés au même endroit, on retrouve les mêmes dynamiques économique, d'opinion et identitaire, mais l'intitulé de leurs onglets diffèrent. Le changement des menus montre que l'on quitte le site principal pour proposer un autre site Internet au contenu différent, bien que les deux soient reliés par la même URL.

Au cœur de la page, cette fois-ci, il ne s'agit plus d'une multitude de visages, mais d'un slider de photos en fond d'écran représentant ce qui doit être l'espace de coworking rural. L'effet est même contrastant puisqu'on montre des bâtis, des paysages de pleine campagne avec une absence totale d'êtres humains. On ne met plus en valeur des personnes, de l'humain, mais un lieu, un décor. Comme sur un site touristique, les auteurs vantent les charmes de l'ailleurs, un endroit paisible et loin de tout. L'espace de travail n'est pas visible sur ces photos, l'objectif n'est pas de montrer le travail à l'œuvre – comme sur la home page « Mutin des villes » –, mais de faire valoir un espace propice à l'inspiration et à la création.

Sur cette page, on retrouve néanmoins le personnage fictif présentant une vidéo.



Ce personnage est le même, pirate à la barbe rousse, sauf qu'il porte un chapeau agricole et tient dans sa bouche un épis de blé. Sa vidéo vient présenter ce qu'est Mutinerie Village, résumé par le texte du dessous comme « un espace de création, d'apprentissage et de rencontres niché dans une douce vallée percheronne à moins de deux heures de Paris. *Une ferme, quarante hectares de bois et de champs, un potager en permaculture, un fablab, des feux de bois et... internet* ». La vidéo est un clip où les invités de Mutinerie Village vivent un moment de convivialité, verre de vin à la main, mangeant, dansant, s'amusant. Cette vidéo associée au texte, on comprend alors mieux l'utilité de ce nouvel espace qui ne sert pas tant à faire travailler qu'à donner les ressources créatives nécessaires pour le travail. On y retrouve l'utilité de la convivialité et de la rencontre pour l'émulation et l'échange. C'est un lieu suffisamment vaste pour se promener dans le calme et la sérénité, un lieu d'expérimentation où l'on retrouve associé ensemble le fablab et le potager en permaculture (c'est-à-dire adapté à son écosystème), le feu de bois (première source d'énergie, premier espace de communication) et Internet, la rusticité et la modernité, la matière brute et l'inventivité. Cette vidéo et ce texte de présentation dépassent la description d'un lieu pour celle d'un nouvel espace où se met en place une micro-société à l'instant T avec son mode de vie en autarcie (le feu de bois et le potager), tout en étant relié au monde (fablab et internet). Il s'agit bien d'un lieu de travail, mais où, dans l'esprit, on ne travaille plus, on vit plutôt une expérience unique. A titre de comparaison, la vidéo de « mutin des villes » essayait de convaincre les travailleurs indépendants de l'utilité de l'espace de coworking en développant notamment dans le texte le sens de l'expression « libres ensemble ». La question du travail y était prépondérante. Là, tout en s'adressant à la même cible, on leur propose une offre plus touristique d'évasion en vue d'une récréation – en essayant de comprendre ce mot à la racine, c'est-à-dire avec l'idée d'une re-création.

c- Vers l'éventualité d'un véritable projet de ruralité : « Quand les freelances repeupleront les campagnes »

Sur le blog de Mutinerie, on retrouve des idées défendues sur le développement du coworking rural, notamment à travers un article du 5 mai 2016 qui défend l'idée que l'avenir du rural dépendra de ces nouveaux travailleurs du numérique : « *Quand les freelances repeupleront les campagnes* »⁸⁶. Dans cet article, on est loin de l'idée d'un déplacement temporaire du Parisien vers la campagne dans le but d'y travailler en toute quiétude. On imagine plutôt l'idée d'un exode urbain. Cela ressemble à une évolution de la pensée des fondateurs par rapport à leur axe de communication initiale. À travers cet article, on peut se demander si la stratégie de communication à l'œuvre n'est pas que temporaire. N'existe-t-il pas l'idée que l'espace urbain correspond à une étape de la vie tandis que l'espace rural est le lieu d'une installation durable ? En tout cas, la pensée post-industrielle donne à William, l'auteur de l'article et l'un des fondateurs de Mutinerie, la conviction que la fin du salariat – lié à l'ère industrielle et conséquemment à la ville – est le prélude d'un renouveau de la ruralité : « *L'essor des outils numériques est en train de réduire considérablement la pression centralisatrice. On peut travailler facilement à distance, posséder des outils de production numériques aussi puissants que mobiles, s'organiser de manière plus flexible et plus nomade, travailler par agrégation ponctuelle de compétence...* ». Être en campagne offre aux freelances de nombreux avantages : accès au foncier, coût de la vie inférieur, plus de facilité d'élever ses enfants... L'évolution de la pensée est peut-être due à l'expérience, au fait que « *depuis la création de Mutinerie Village il y a deux ans, déjà 6 personnes ont décidé de s'installer durablement sur place ou à proximité* ».

En conclusion, Mutinerie a développé toute une stratégie de communication visant à rendre lucratif un discours d'ordre idéologique. Leurs cibles sont précisément des entrepreneurs libres, exerçant plutôt des métiers de la connaissance dans les villes, cherchant à donner un véritable sens à leur vie professionnelle, à faire en sorte que celle-ci participe à un projet de société. Le discours est idéologique parce que la cible l'est aussi, porteuse de ce projet fondé sur l'économie collaborative et l'économie numérique. L'espace de coworking rural serait cet espace de créativité et

⁸⁶ <http://www.mutinerie.org/les-freelances-repeupleront-les-campagnes/#.V6IncjVhIVI>

de chaleur humaine où les coworkers expérimenteraient parfaitement, dans un huis clos, la société idéale où se mêlent liberté, échange et inspiration. Isolement et connexion sont les deux promesses apparemment contradictoires de Mutinerie Village. L'espace de coworking est présenté comme un lieu d'évasion touristique qui propose à la fois week-end à la campagne et lieu de stimulation intellectuelle. Il s'agit d'un remède au stress de la ville, en particulier au stress parisien. En revanche, on ne trouve pas l'idée d'une participation au développement du territoire sur lequel l'espace est installé. Loin du monde signifie aussi loin des hommes, de la population parisienne, mais aussi de la population locale. Les photos qui sont présentés sont pour la plupart, vides de toute population, sinon des coworkers eux-mêmes. Mutinerie étant aussi un laboratoire d'idées, il semble qu'il y ait une inflexion de la pensée en faveur d'un enracinement dans la localité sur laquelle ils se trouvent.

Quoiqu'il en soit, en prenant l'exemple de Mutinerie Village et du Relais SML, on remarque à quel point le discours idéologique est prépondérant, certainement parce que les deux espaces de travail s'adressent à la même cible militante et convaincue par les perspectives du ruralisme et de l'économie collaborative. La seule différence est géographique : Mutinerie Village s'adresse à une population urbaine, essentiellement parisienne, tandis que le Relais SML communique auprès d'une population périurbaine cherchant à trouver une parade à la ville. Dans les deux cas, la promesse est bel et bien d'offrir un lieu à la fois connecté et retiré du monde.

C- La mutation des secteurs d'activité : quand le numérique réinvente le travail rural

Nous nous sommes longuement attaché à la problématique des nouveaux espaces de travail dans les territoires ruraux, grâce à l'apport des technologies numériques, leur pertinence et leur devenir, leur capacité à transformer le territoire auquel ils appartiennent. Le numérique, c'est aussi la profonde modification des secteurs d'activité propres à la ruralité. La valeur ajoutée du numérique ramenée au PIB français en 2013 fut de 5,5%, supérieure à la contribution de certains secteurs traditionnels comme l'agriculture (2%) ou les services financiers (4,8%)⁸⁷. Ce chiffre important doit se traduire par la transversalité du numérique que l'on retrouve dans

⁸⁷ <http://www.bsi-economics.org/546-economie-numerique-definition-impacts>

les autres secteurs d'activité. Ainsi, l'on peut dire que l'économie rurale a été touchée par la transformation numérique. A travers l'exemple d'une exploitation agricole située en Vendée, on pourra constater dans quelle mesure l'économie numérique réinvente le travail en milieu rural.

1- L'économie rurale touchée par la transformation numérique

a- La numérisation des territoires ruraux : mondialisation ou réancrage local ?

Si aujourd'hui, il est extrêmement difficile de faire venir des entreprises novatrices, tournées par exemple vers l'économie numérique, il est tout à fait possible en revanche de redonner une seconde vie à des pans entiers de l'activité économique rural : secteur médical, agricole, touristique..., nous assistons aux relocalisations des entreprises dans des zones auparavant délaissées. La massification des entreprises et des industries aux abords des grandes villes leur permettaient autrefois d'avoir à disposition une main d'œuvre qualifiée à proximité des grands axes de communication. Mais aujourd'hui, la possibilité d'être connectée à Internet est la condition principale pour l'installation d'une entreprise. Dès lors qu'en un clic, on peut être en contact avec le reste de la planète, les grands axes de communication ne font plus partie des priorités pour l'installation d'une entreprise. Si la question de la main d'œuvre est persistante, se situer dans un lieu propre à l'ADN de l'entreprise, à son identité de marque, devient un enjeu plus préoccupant et rendu possible grâce au numérique. Il est en revanche étonnant de voir que les entreprises du numérique qui vantent les qualités de l'économie collaborative sont dans un schéma beaucoup plus classique qu'elles ne le prétendent, ce qui les pousse à s'installer près des écoles d'ingénieurs dans les grandes villes : *« C'est vraiment un paradoxe que l'on constate amèrement, parce qu'on a mis en place tout un pôle d'économie numérique [à Mende en Lozère] et on n'arrive pas à faire venir les entreprises, regrette Sébastien Oziol. La raison principale, c'est la main d'œuvre dans le domaine du numérique qui est difficile à déplacer depuis les grandes villes vers les milieux ruraux »*⁸⁸. Malgré tout, Sébastien Oziol témoigne de la bonne santé des entreprises de l'agroalimentaire, de l'environnement, ou encore de l'éco-construction en Lozère.

⁸⁸ Voir annexe n°4.

De la ville ne naissent pas les usages numériques, ces derniers se développent naturellement, par le hasard des nécessités. Les secteurs d'activité ont dû se réinventer. Un ingénieur agronome puisera son inspiration par comparaison avec un autre agriculteur avancé d'un pays étranger. L'adoption des nouveaux usages numériques est une nécessité. Pour d'autres secteurs, il s'agit même d'une opportunité : c'est le cas de la vente directe de produits régionaux, de la location des gîtes et chambres d'hôte qui permettent à des propriétaires d'être en relation directe avec le client,.

Internet est considéré comme le vecteur de la mondialisation, alors qu'en réalité, il favorise beaucoup plus le développement micro-local que global – bien que les deux soient à sa portée. « *On observe en effet une corrélation positive entre les échanges sur Internet et la proximité géographique : une grande partie des communications sur Internet sont géographiquement ciblées.* »⁸⁹ Aujourd'hui, notre propre recherche sur Google est géolocalisée. S'affichent en priorité comme réponses les pages bien référencées, mais situées au plus près de chez nous. D'une certaine manière, Google offre des moyens supplémentaires à des TPE-PME d'exister grâce à ce qu'on appelle le référencement local. De plus, son algorithme qui tend à s'améliorer de jour en jour, cherche l'original et le qualitatif, et non la standardisation. Depuis quelques années, Google My Business rend visible sur la Google map toute entreprise qui s'y inscrit. Le moteur de recherche, bien que dans une logique mondiale, répond au besoin de proximité de la population.

Il est vital en revanche que ces entreprises s'approprient le numérique d'où le phénomène d'évangélisation du web. Pour Patrice de Féligonde du Relais SML, nous avons changé de carte, changé d'espace, ce qui fait que ce qui était visible sur une carte routière ne l'est plus sur Google Map.

*« Tôt ou tard, le restaurant du village, qui va devenir progressivement invisible dans le paysage réel, – puisque tout va être numérisé – sera obligé de passer par ce qui va être l'équivalent de booking.com, qui lui prendra royalement 15 % de son chiffre d'affaire, alors que ces petites entreprises sont déjà assommées de charges. Rappelons que nous parlons là de 80 % du tissu économique français. Quand ces petites entreprises voudront vendre leur affaire, ils n'auront malheureusement pas de LinkedIn, de page Facebook, avec un audimat ou avec un CRM qui leur permettra de connaître vraiment leurs clients. Ils ne pourront pas vendre parce qu'ils ne pourront pas acter dans le temps, en densité, leur espace sur le web, il ne leur restera qu'un simple bilan comptable désormais périmé. »*⁹⁰

⁸⁹ Claudy Lebreton, op. cit., p. 46.

⁹⁰ Voir annexe n°2.

Le numérique transforme le territoire et le remet en valeur. « *Les possibilités de manipulation textuelle, de calcul et de production graphique de l'informatique permettent des représentations territoriales inédites ; la masse des cartes nourrit la comparaison, qui amplifie et approfondit la réflexion sur la notion de territoire* »⁹¹. La nouvelle carte modifie le territoire qui change en profondeur l'économie réelle. En ville, la transformation ne change pas les habitudes économiques des consommateurs : ces derniers sont habitués à un espace temps réduit du fait de la densité des habitants au km², de la proximité des moyens de transport et des commerces. Dans les territoires ruraux, le contraste est bien plus important, c'est pourquoi les usages doivent avoir un impact beaucoup plus fondamental à condition qu'ils suivent immédiatement les possibilités qu'offre le numérique. Deux conditions préalables nécessitent le développement de l'économie numérique rurale : une densité de population suffisamment importante pour utiliser les nouveaux moyens et sa capacité à en user. Nous avons vu auparavant la question des usages. L'attraction de la population dans les territoires ruraux repose sur le développement des axes de communication qui incluent l'aménagement numérique du territoire. Il s'agit donc de s'appuyer sur une dynamique vertueuse qui passe par l'intervention des pouvoirs publics, État et collectivités territoriales, pour favoriser le développement d'une économie numérique rurale. Le très haut débit reste la condition nécessaire à la compétitivité des entreprises, pour en attirer de nouvelles et éviter les délocalisations. Actuellement, de nombreuses TPE-PME négligent les technologies de l'information et de la communication dans leurs activités et ne cherchent pas à prendre connaissance d'outils informatiques qui pourraient leur être utiles⁹². Donner l'accès au numérique et en faire connaître les usages sont donc les deux conditions élémentaires du bon développement économique d'un territoire. Lorsque les entreprises sont connectées au THD, les usages suivent presque automatiquement. Leur parc applicatif est beaucoup plus fourni.

b- Des secteurs d'activité directement touchés par le numérique

De nombreux secteurs d'activité ont été touchés par le numérique. Le tourisme, un des domaines les plus touchés par la diffusion des technologies numériques, a permis un renouveau économique des territoires ruraux. Les

⁹¹ Éric Guichard, *L'Internet et le territoire*, Études de communication [En ligne], 30 | 2007, mis en ligne le 01 octobre 2009, consulté le 30 juillet 2016. URL : <http://edc.revues.org/490> ; DOI : 10.4000/edc.490

⁹² Claudy Lebreton, op. cit., p. 68.

nouveaux moyens médicaux offrent des perspectives positives au maintien de la population.

La visibilité des offres touristiques rurales a été largement amplifiée grâce au nouveau média Internet : ce sont des sites comme Airbnb ou Booking.com, qui facilitent le partage d'information et la valorisation des offres. Un tiers de la fréquentation touristique française a lieu sur les territoires ruraux (30,3 % des nuitées : 289 819 nuitées). Tout le cycle du voyageur en est bouleversé : préparation du voyage pour rechercher l'information, comparer et réserver (e-tourisme) ; augmentation de l'expérience touristique au cours du voyage grâce notamment à la technologie mobile (m-tourisme) ; retours d'expérience à la suite du voyage grâce au web 2.0 (tourisme social)⁹³. 60 % des Français ont préparé leurs séjours en ligne en 2012. 44 % des Français partis ont réservé en payant intégralement en ligne soit un taux de conversion de 73 %⁹⁴. De plus, la géolocalisation est une innovation majeure qui permet de contextualiser les informations recherchées : tout le patrimoine culturel et touristique des territoires est ainsi mis en valeur par des applications cartographiques comme Google Maps ou de navigation comme Waze qui facilitent leur accès, surtout en milieu rural. De nouvelles offres émergent comme la création d'itinéraires touristiques sur mobiles permettant à la fois leur description, mais aussi la valorisation du patrimoine naturel et historique et des éléments de service⁹⁵. « *La maîtrise des outils numériques est un atout indispensable pour accroître la visibilité touristique des territoires* »⁹⁶.

Une autre tendance lourde s'observe : le développement de la télémédecine pour faire face à la désertification médicale. « *La télémédecine est une forme de pratique médicale à distance utilisant les technologies de l'information et de la communication. Elle met en rapport, entre eux ou avec un patient, un ou plusieurs professionnels de santé, parmi lesquels figure nécessairement un professionnel médical et, le cas échéant, d'autres professionnels apportant leurs soins au patient.* »⁹⁷

La télémédecine existe depuis les années 1930, mais le numérique lui offre des opportunités nouvelles. La désertification médicale existe dans tous les

⁹³ Ibid., p. 75.

⁹⁴ <http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/57775/tourisme----un-secteur-transforme-par-le-numerique.shtml>

⁹⁵ Claudy Lebreton, op. cit., p. 77.

⁹⁶ Ibid., p. 75.

⁹⁷ Article L6316-1 du Code de la Santé.

départements de France et ne cesse pour l'instant de s'accroître malgré un nombre suffisant de médecins pour l'ensemble du territoire. Les conditions d'application de la télémédecine sont désormais fixées par un décret du 19 octobre 2010 : on y trouve la téléconsultation (consultation à distance à un patient), la télé-expertise (avis à distance d'un médecin confrère), la télésurveillance médicale (interprétation à distance des paramètres médicaux d'un patient), la téléassistance médicale (assistance d'un autre médecin au cours de la réalisation d'un acte) et la régulation médicale (premier diagnostic des médecins du SAMU par téléphone)⁹⁸. Selon le sénateur Hervé Maurey, « *la télémédecine peut constituer une solution partielle à la raréfaction des praticiens libéraux dans certains territoires, et répondre au souci des médecins généralistes isolés de pouvoir s'appuyer en tant que de besoin sur l'expertise de médecins spécialistes* »⁹⁹. Dans le Nord Ouest Vendée par exemple, 14 EHPAD (Etablissements d'hébergements pour personnes âgées dépendantes) servent de démonstrateur national de la télémédecine : pour éviter des déplacements coûteux et mal vécus, un médecin traitant peut prescrire par télémédecine. Le résident se rend alors dans une salle équipée de l'EHPAD accompagné d'une infirmière. L'échange permet un diagnostic plus rapide et une hospitalisation, si nécessaire, immédiatement dans le bon service¹⁰⁰. Autre innovation, la consult-station conçue par la société H4D, petite cabine de visite médicale virtuelle. Le patient peut bénéficier d'une consultation en visioconférence, un ensemble d'équipements lui permet d'effectuer différents tests médicaux de routine : prise de la tension, examen des oreilles, pesée, mesure de la taille, électrocardiogramme... Cette cabine se développe notamment dans les lieux très isolés, petits villages ou plateformes pétrolières¹⁰¹.

Toutefois, les entraves au développement de la télémédecine sont liés au développement numérique du territoire. Les territoires qui manquent de médecins sont souvent ceux qui sont peu ou pas couverts par le très haut débit¹⁰². Les politiques d'aménagement numérique rejoignent toutes les problématiques sociales des territoires isolés. Les promouvoir serait une manière de contribuer à la facilitation des actes médicaux par la télémédecine dans un premier temps, mais

⁹⁸ Hervé Maurey, *Déserts médicaux : agir vraiment*, Rapport d'information fait au nom de la commission du développement durable, des infrastructures, de l'équipement et de l'aménagement du territoire, Sénat, 2013. <https://www.senat.fr/rap/r12-335/r12-335.html>

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Journal de la Vendée n°220, Août 2016, p. 7.

¹⁰¹ Magazine Sciences & Santé, n°29, Janvier-Février 2016.

¹⁰² Claudy Lebreton, op. cit., p. 103.

aussi au retour des médecins sur ces territoires. Le numérique est donc acteur du désenclavement à court et moyen terme.

La question de la médecine et des pratiques numériques est pertinente car il s'agit bien de remédier par les outils numériques à une carence territoriale. Elle induit une autre question, celle de la volonté des politiques publiques d'agir pour aménager durablement le territoire, tant la question du numérique est un acteur clé de cet aménagement (notamment pour le développement des secteurs d'activité professionnels directement impactés par la révolution numérique). Médecine et tourisme sont des exemples parmi tant d'autres : on retrouve notamment d'autres secteurs comme l'éducation où le numérique permet à chaque élève où qu'il soit d'accéder au savoir, à des enseignements ainsi qu'à des aides personnalisées.

2- Le cas de l'agriculteur vendéen Philippe Ducept : le numérique au service de l'agriculture

L'agriculteur vendéen Philippe Ducept possède avec son frère une exploitation agricole polyculture élevage à La Brandonnière à Cezais en Vendée. Il possède 95 vaches laitières ainsi que 50 génisses de renouvellement pour l'élevage et 102 ha dont 55 irrigables (2/3 en argilocalcaire et le 1/3 restant en limon argileux), répartis entre le maïs (45 ha), le blé tendre d'hiver (18 ha), les prairies temporaires (26 ha) et permanentes (10 ha), enfin les bandes enherbées (3 ha). L'irrigation, pilotée par sondes capacitatives, sert uniquement à assurer la qualité des fourrages pour l'élevage, soit environ 35 ha par an. La taille de cette exploitation nécessite pour être efficace d'être à la pointe des technologies numériques notamment pour le recueil des données.

a- Etat des lieux de la numérisation de l'agriculture

L'agriculture est réputée pour être un modèle collaboratif et coopératif. Selon Emmanuelle Roux, ce serait à partir des modèles de coopératives agricoles rurales que l'on devrait tirer l'origine des tiers lieux de travail. Il n'est donc pas étonnant, contrairement à ce que l'on peut entendre régulièrement, que les agriculteurs se soient rapidement adaptés aux nouveaux usages du numérique. En réalité, ils se sont toujours adaptés à la modernité, depuis le début du machinisme agricole au

XIX^e siècle jusqu'à la seconde moitié du XX^e siècle précédant à chaque fois un exode rural¹⁰³.

Le numérique a permis l'essor de deux aspects de l'agriculture : la vente directe et le traitement des données. Le développement des objets connectés permettent désormais une interconnexion en temps réel des besoins des agriculteurs pour leur culture ou leur élevage. Internet est d'abord devenu un outil commercial pour bon nombre de petits exploitants qui utilisent la vente directe – et souvent les chambres d'hôtes – pour valoriser leurs exploitations et gagner en réputation. L'utilisation de plus en plus facile des back office avec des CMS simplifiés permettent aux agriculteurs de gérer eux-mêmes leur site, les commandes, les facturations ainsi que les livraisons¹⁰⁴. Le développement de la vente directe s'appuie sur les circuits courts s'inscrivant dans le cadre de l'économie verte, définis comme des « *circuits directs d'échange ou de distribution de ressources contribuant à un développement territorial intégré* »¹⁰⁵. Sur Internet s'épanouissent des plateformes de distribution de produits du terroir.

Le traitement des données est devenu indispensable à l'agriculteur qui souhaite avoir une meilleure connaissance de ses parcelles et un meilleur usage de l'eau et des produits d'entretien. Le développement des objets connectés permettent désormais une interconnexion en temps réel des besoins de l'agriculteur pour ses cultures ou son élevage.

b- Un cadre favorable au développement numérique de son exploitation

Ils sont plusieurs à le proclamer : Philippe Ducept lui-même le reconnaît, ainsi qu'Emmanuelle Roux, membre du Conseil national du numérique : la Vendée est un terrain favorable au développement du numérique dans un cadre professionnel. Hervé Pillaud, secrétaire général de la Chambre d'agriculture, vice-président de la FDSEA de Vendée, spécialisé dans les questions numériques et auteur de *L'Agronumericus, Internet est dans le pré*, favorise beaucoup l'aide numérique aux exploitations qu'il s'agisse de vente directe, de big data ou des usages professionnels du web comme les réseaux sociaux : « *La révolution est en marche.*

¹⁰³ Philippe Vidal, *Territorialisation de la convention Internet dans les espaces ruraux*, op. cit., p. 138.

¹⁰⁴ Guy Waksman, Internet : impact sur l'agriculture et les territoires ruraux, http://www.clubdemeter.com/pdf/ledemeter/2003/internet_impact_sur_l_agriculture_et_les_territoires_ruraux.pdf.

¹⁰⁵ Claudy Lebreton, op. cit., p. 79.

*Finie l'image de l'agriculteur arriéré, terminé le stéréotype du « paysan » démodé, au placard toutes ces pensées négatives... Désormais le monde agricole s'ouvre à de nouvelles possibilités, à de nouveaux horizons, et va au-delà des avancées technologiques. Toujours avec un seul but : préserver la terre et choyer les animaux »*¹⁰⁶. Les ingénieurs agronomes cherchent à être à la pointe des nouvelles technologies pour faciliter toujours un peu plus le travail dans les champs et faire face à la pénurie de main d'œuvre et aux nombreuses normes françaises et européennes souvent contraignantes. Hervé Pillaud est à l'origine du salon agricole Tech'élevage qui se tient tous les ans en Vendée et qui met en avant les différentes innovations en cours sur l'élevage, qu'elles soient d'ordre génétique ou robotique. Philippe Ducept a fait lui aussi partie de la création de Tech'élevage et se charge plus particulièrement des journées Innov'action¹⁰⁷.

Le Département de la Vendée contribue beaucoup aussi au développement du numérique sur son territoire. Selon Emmanuelle Roux, l'ancien président du Conseil départemental Bruno Retailleau a longtemps favorisé la mise en place du très haut débit, notamment de la fibre optique au cœur de ce département rural. C'est de cette manière qu'elle a pu développer un tiers-lieu de travail à Saint-Georges-de-Montaignu, le projet d'installation de la fibre ayant été déterminante dans la prise de décision. Dès fin 2011, le Conseil départemental avait adopté son SDAN et s'est uni au Sydev (Syndicat départemental d'énergie et d'équipement de la Vendée) en 2014 à travers le groupement d'intérêt public Vendée numérique. Grâce au déploiement d'opérations de montée en débit en 2015, ce sont plus de 33 000 foyers qui vont profiter du haut et très haut débit. Les entreprises sont en priorité concernées : 400 zones d'activités auront un accès à une offre très haut débit en FttE (Fibre à l'entreprise), offre particulière au plan THD vendéen. Selon Stéphane Richard, PDG d'Orange, la moitié des foyers vendéens sera raccordée au très haut débit, d'ici 2020¹⁰⁸. Les 13 principales villes du département seront fibrées dans les quatre prochaines années. Le message politique du Département à propos de l'aménagement numérique du territoire est directement adressé aux entreprises, contrairement au Limousin ou à la Lozère où le message était tourné vers les citoyens avec le développement des nouveaux espaces de travail. Ici, les travailleurs et entrepreneurs priment en tant qu'usagers. On parle de la FttE avant la FttH :

¹⁰⁶ Journal de la Vendée, mars 2015, p. 8.

¹⁰⁷ <http://www.techelevage.fr>

¹⁰⁸ Journal de la Vendée n°220, Août 2016, p. 6-7.

« Développer l'accès au très haut débit dans tous nos territoires vendéens, c'est leur donner les mêmes chances de développement, explique Yves Auvinet, le président du Conseil départemental. Car être connecté au très haut débit, c'est accéder d'un clic, où que l'on soit, aux marchés du monde entier et aux services indispensables du quotidien : c'est ainsi répondre à la fois aux besoins du grand public et aux besoins de toutes les entreprises ».

c- La révolution du big data : à la pointe des nouvelles technologies numériques

Dans l'exploitation agricole de Philippe Ducept à La Cezaie, la 3G+ est captée sur l'ensemble des champs, une nécessité absolue pour les différentes technologies numériques utilisées sur son exploitation¹⁰⁹. Le champ d'action du numérique dans l'agriculture est très varié selon le type d'exploitation. Dans les mêmes domaines, on peut retrouver le même type de matériel, mais pas forcément le traitement des mêmes données, ni les mêmes attentes. Chaque exploitation est unique.

« Sur notre exploitation, nous avons tout essayé, notamment l'usage des satellites, explique Philippe Ducept. À la fin des années 90, le GPS nous avait permis d'arriver à de hautes précisions. Mais nous n'avions pas été satisfaits de cela : il nous fallait retrouver un système qui nous permette de reprendre ces données, les renvoyer sur un logiciel qui puisse les traiter. L'objectif était de lier différents matériels ensemble pour que nous puissions avoir une donnée finalisée sur une seule culture ou sur une parcelle. »

Philippe Ducept prend l'exemple des épandages répandus sur un semis et des cartographies de moissonneuses qui permettaient de lier le travail réalisé à la surface et le rendement final. Maintenant, il peut aller au-delà grâce à des capteurs de chlorophylles de plantes qui font de la très haute précision sur les apports d'azote au printemps dans les cultures, sur les céréales entre autres. Autre exemple l'irrigation : les deux frères ont des sondes qui indiquent heure par heure l'hydrométrie. Ces sondes sont connectées à leur téléphone ce qui leur permet de savoir précisément la quantité à mettre sur la parcelle avant de mettre un enrouleur en route pour optimiser l'utilisation de l'eau et maximiser le rendement.

Au départ, les constructeurs de matériel agricole proposaient du matériel qui ne parlait qu'avec leur matériel. Philippe Ducept et son frère voulaient quelque chose

¹⁰⁹ Entretien de Philippe Ducept, agriculteur à La Brandonnière à Cezais en Vendée, et vice-président de la Chambre d'agriculture 85, et responsable de l'environnement à la FDSEA 85, réalisé le 04 juillet 2016.

qui puisse être véritablement polyglotte. Cela s'est développé grâce à l'arrivée d'Internet dans les systèmes d'exploitation et de traitement de données.

Les progrès acquis posent la question de l'aménagement numérique du territoire. « *Le département de la Vendée a la qualité d'être parvenu à du haut débit très rapidement. La fibre passe un petit peu partout sur le territoire. Mais il y a encore beaucoup de zones noires dans le département* ». Le traitement de données doit passer obligatoirement par du haut débit, même du très haut débit. Pour l'irrigation, leurs appareils passent uniquement par téléphone : il a fallu trouver un partenaire qui couvre toutes leurs parcelles et passer les messages d'une parcelle à l'autre. Ils se sont rapprochés d'une entreprise pour recevoir la Wifi via le satellite dans les exploitations. Ils ont travaillé de telle sorte qu'ils puissent avoir du 8 méga ce qui est beaucoup pour leur secteur, et en même temps le minimum pour avoir un traitement de données relativement fiable. Pendant un temps, il y a eu un frein au développement numérique à cause du réseau vieillissant : l'absence de connexion complique le travail agricole.

La question du traitement des données devient prépondérante dans l'agriculture : « *Notre champ d'action maintenant, c'est de pouvoir récupérer nos données et les partager avec d'autres. Le préfet de région nous a pris de cours sur ce sujet l'an dernier, en nous donnant la perspective d'avoir notre propre « disque dur » au niveau national* ». Les deux frères ont cherché des hébergeurs neutres pour abriter leurs données, pour s'en servir différemment, faire notamment du traitement économique, technique, environnemental ou autre. « *Nous voulons avoir la possibilité de prendre toutes nos données d'exploitation et les relire très rapidement, envoyer à qui l'on veut sans pour autant trahir la confidentialité, qu'on puisse en faire ce que nous souhaitons* ».

Le travail de l'agriculteur s'est profondément transformé avec l'arrivée des technologies numériques. L'agriculteur est un véritable ingénieur capable de comprendre le big data en même temps que labourer un champ :

« *D'une part ça se complexifie, d'autre part la réglementation nous arrive à vitesse grand V. Toute nos saisies doivent se faire au champ. Après les données saisies, elles doivent être transférées très rapidement soit sur le logiciel technique de l'exploitation basé sur un poste fixe, soit directement chez le distributeur chargé de nous préconiser ensuite le type de produits à utiliser pour telle maladie ou ravageur... On travaille énormément avec les tablettes sur une cabine où tout est envoyé directement chez le prestataire.* »

La CAVAC est leur coopérative départementale. Ses techniciens de terrain doivent savoir exactement ce que les agriculteurs ont fait pour donner des réponses très rapides : *« Cela nous arrivait de prendre des photos de nos plantes – maintenant on a des applications pour ça – afin d'obtenir le plus rapidement possible des réponses à nos questions – si possible dans le quart d'heure qui suit – pour savoir quelles suites donner. »*.

La réglementation exige d'être à la pointe des nouvelles technologies numériques. En prenant l'exemple de l'azote, il y a un plafond en principe à respecter, qui peut être dépassé à condition d'un bon argumentaire. Au printemps dernier, les Ducept ont pu ainsi moduler entre 0 et 10 kilos d'azote par unité dans une même parcelle de dix hectares. Cela doit être transcrit très rapidement sur une carte sans être obligé de retranscrire les données le soir sur ordinateur. Idem pour les animaux : le logiciel technique de stockage de données utilisé par l'exploitation agricole de Philippe Ducept est en liaison directe avec le fournisseur qui analyse les données.

Pour se tenir au courant des nouvelles avancées technologiques, Philippe Ducept utilise beaucoup les réseaux sociaux parce que ces derniers diffusent plus rapidement les nouvelles innovations.

« Nous n'avons plus besoin de passer par les techniciens, les conseils de la chambre d'agriculture. Les réseaux sociaux nous ont permis de découvrir des innovations beaucoup plus pointues et techniques. Pour nous, c'est un outil de travail. Nous avons mis en service la semaine dernière les enrouleurs d'irrigation : une photo, un petit commentaire, et nous avons eu des retours un peu partout en France : « Quelle pluviométrie vous avez eu ? » « Quels sont les résultats des sondes ? » Ça nous permet de garder les informations que l'on veut et balancer celles que l'on veut communiquer. »

Il peut s'agir aussi du cours de blé, des tendances du marché. Sur les réseaux sociaux, l'échange est international d'où cette capacité à obtenir des informations de pays plus innovants. Philippe Ducept prend l'exemple des modulations d'azote, l'appareil de l'exploitation : il en existe très peu en France actuellement. Les gens s'y sont intéressés quand les deux frères ont commencé à en parler dans les réseaux sociaux, certains ont contacté directement l'entreprise qui a créé cet appareil.

Les exploitations importantes font l'objet d'une refonte numérique. Le numérique sert beaucoup à la vente des céréales. Il faut être capable, sur des marchés qui sont mondiaux, d'obtenir des informations très rapidement, ce qu'on

peut obtenir via le net : « *On essaie de développer au niveau du département ce qu'on appelle le « manger local » : le produit doit être travaillé à l'échelle d'une entreprise locale et redistribué sur le territoire proche de l'usine de transformation. La traçabilité se fera uniquement grâce au numérique. On connaît le cheminement des produits* ».

Si le numérique est rentré dans les usages des agriculteurs : pourquoi existe-t-il alors un décalage entre cette réalité et l'image perpétué de l'agriculteur loin de la modernité ? Pour Philippe Ducept, Il y a les exploitants qui sont tout entier occupés à leur exploitation et ceux qui gardent un temps disponible pour s'ouvrir à l'innovation :

« Quand nous avons arrêté le labour, nous avons gagné énormément de temps, presque vingt jours de travail sur une année, ce qui est énorme pour une exploitation. Cela nous a permis de voir ce qui se passait à l'extérieur. Nous sommes alors parti dans les pays étrangers, nous avons discuté avec des agriculteurs qui étaient sur les mêmes avancées que nous. Très vite, nous sommes devenu un peu accroc, nous avons voulu chercher d'autres informations pour que nous puissions continuer d'évoluer ».

L'image que nous devrions avoir de l'agriculteur aujourd'hui serait plutôt celle d'une course contre la montre après les technologies numériques face aux exigences actuelles de rendement, de réglementation et de développement durable. L'agriculteur, sauf exception, s'inscrit dans la modernité, il marque le territoire rural de son empreinte numérique et le transforme à sa manière. Avec la big data et la vente e-commerce, le digital permet un renouveau de la profession. La filière du tourisme, la médecine, sont autant d'exemples qui montrent que le travail dans les territoires ruraux est en train de se métamorphoser sous l'effet des nouvelles technologies numériques. D'une certaine manière, avec l'arrivée des tiers-lieux de travail, nous pouvons supposer que ces territoires continuaient de subir l'influence urbaine. Avec la transformation numérique de secteurs d'activité propres à la ruralité, nous voyons que les territoires ruraux inventent leur propre modernité. Cette modernité n'est pas le fruit d'une ambition idéologique mais d'une nécessité économique à rester compétitif dans le cadre d'une économie mondialisée. L'une des raisons qui pousse Philippe Ducept à être à la pointe des technologies numériques est de s'adapter à un marché mondialisé de plus en plus exigeant. Il ne s'agit plus ici d'un dépassement du capitalisme industriel mais d'une adaptation à celui-ci.

CONCLUSION

En réponse à notre première hypothèse de travail, une nouvelle harmonisation du rapport ville-campagne est désormais possible grâce au développement des technologies de l'information et de la communication, surtout dans un pays marqué par le colbertisme : pression immobilière en ville, pollution, conditions de circulation, conditions de vie stressantes... En prenant conscience de tous ces indices, l'accès au rural devrait être facilité par l'État et les collectivités territoriales saisissant l'opportunité d'un retour de la population sur les territoires ruraux à moyen et long terme pour favoriser une meilleure harmonisation du territoire. Pourtant, l'accès à Internet a toujours un large train de retard dans les espaces ruraux en comparaison des espaces urbains. Ce décalage dans le temps les pénalise en les rendant obsolètes par rapport aux territoires plus denses. Les entreprises ont besoin la plupart du temps des dernières performances numériques pour gagner en compétitivité ce qui empêche leur installation, bloque l'accès à l'emploi et ne favorise pas en conséquence l'attraction des populations. La seule réussite réside dans l'attractivité temporaire du territoire grâce au tourisme.

Dans le cadre de l'aménagement numérique des territoires, tout est d'abord une question de dépenses publiques : est-ce que l'Union européenne, l'État et les collectivités territoriales sont-ils prêts à investir suffisamment pour doter l'ensemble des territoires ruraux en infrastructures numériques équivalentes aux territoires plus denses ? La capacité des pouvoirs publics à agir sur le long terme devrait favoriser ce développement. Pourtant le contraste est toujours présent, malgré le surinvestissement de certaines collectivités territoriales.

La réponse se trouve dans le choix préalable d'une politique d'aménagement du territoire en contradiction avec le développement durable des territoires de faible densité. Les promesses de décentralisation de la loi NOTRe ont laissé finalement la place à la métropolisation du pouvoir. Le statut des métropoles créé en 2010 et renforcé en 2014 fait partie intégrante de la grande loi sur la réforme territoriale et vise à une nouvelle forme de centralisation du pouvoir au niveau régional. L'objectif de la métropolisation est de renforcer les territoires et participer au redressement économique du pays. Mais ce renforcement des grandes villes françaises en 2014-2015 se fait au détriment des territoires ruraux. Il est difficile d'associer urbanisation

du territoire par la création des métropoles et développement des territoires de faible densité. Ainsi, le décalage entre aménagement numérique des territoires ruraux et urbains ne peut qu'être accru. Il faut donc réévaluer la politique d'aménagement du territoire en ne favorisant plus l'existant, mais en s'appuyant sur les potentialités de tous les territoires. Les pouvoirs publics doivent favoriser une approche globale qualitative plutôt qu'une approche quantitative : le nombre d'habitants au km² et la rentabilité immédiate devraient être des critères secondaires tandis que les potentialités d'usages du numérique par les habitants et les bénéfices tirés à moyen et long terme devraient être mis en avant. La construction d'un réseau de quatre voies sur tout un espace rural n'a objectivement pas de rentabilité immédiate, mais son accessibilité future attirera population et entreprises aux abords de ces nouvelles routes. Le très haut débit est aussi une forme d'accessibilité.

Il ne faut plus penser en terme de rupture, mais en terme de continuité. Le numérique ne vient pas révolutionner le travail dans les territoires ruraux mais poursuivre ce qui a été déjà réalisé par les technologies de l'information et de la communication. Les objets connectés en agriculture suivent le machinisme des années 60. La consultation à distance tente de résoudre la désertification médicale en attendant de favoriser le retour des médecins. La promesse d'une métamorphose pourra être envisagée à partir du moment où les territoires seront dotés en infrastructures numériques. Malgré cela, le don d'ubiquité n'existe pas. Dans le travail, la possibilité d'une communication à distance ne remplacera jamais la relation interpersonnelle. L'apparition du téléphone avait créé les mêmes espérances. Pourtant, les télécentres en milieu rural, même avec le développement d'Internet, n'ont jamais fonctionné véritablement. Le télétravail n'est pas entré dans les mœurs.

Toutefois, en réponse à la deuxième hypothèse de travail, les nouvelles pensées économiques et politiques autour du web telles que l'économie collaborative et contributive, le développement durable, le ruralisme, le capitalisme cognitif..., se retrouvent pour proposer un modèle de société dépassant le capitalisme industriel avec l'apport des technologies numériques. Cette pensée nourrit des espoirs qui forcent les individualités à s'installer dans les territoires ruraux en y apportant de nouveaux usages. C'est ainsi qu'à la différence des télécentres se développent dans les territoires ruraux des tiers-lieux de travail où des indépendants se réunissent pour travailler avec cet ensemble de valeurs en commun. Le contexte de la crise économique joue beaucoup dans la floraison d'alternatives économiques. Le

numérique favorise un discours idéologique novateur qui est un moteur puissant pour répandre les nouveaux usages. Les territoires ruraux y sont considérés comme un terrain d'expérimentation, une terre vierge propice à la mise en place de cette nouvelle économie du travail. Loin de tout, à la fois connecté au monde, l'idée est avant tout de réinventer le travail, de le recréer dans le cadre d'un nouveau capitalisme. La technologie se met au service des idées politiques et économiques, à l'instar des deux premières révolutions industrielles ou de la Renaissance à la suite de l'invention de l'imprimerie. Le contexte économique, géographique, politique et technologique se rejoignent ici pour faire éclore de nouvelles utopies.

Les tiers-lieux de travail dans les territoires ruraux deviennent des laboratoires d'idées qui ont une incidence directe sur l'économie : ils attirent une population urbaine soucieuse de gagner en confort de vie tout en ne perdant pas les avantages de la ville ; ils empêchent une population rurale de partir en proposant une alternative à l'emploi ; ils créent un écosystème numérique, des îlots de modernité en permettant au travailleur indépendant local de trouver un remède au désert technologique, en favorisant la rencontre entre personnes travaillant dans des secteurs d'activité très variés ; ils résolvent l'échec des télécentres parce que la cible n'est plus uniquement le télétravail des salariés et parce qu'ils sont animés par de véritables professionnels du numérique. Les tiers-lieux peuvent avoir un véritable avenir dans les territoires ruraux, mais ils ont besoin d'être soutenus par les collectivités locales et territoriales, car il n'existe pas encore de modèle économique, sauf si le tiers-lieu en question se présente comme l'extraction d'une activité déjà urbaine – dans ce cas, il ne contribue pas au développement du territoire rural. De plus, l'initiative ne peut se limiter aux seuls travailleurs indépendants, le tiers-lieu doit être en relation avec l'ensemble du monde entrepreneurial local pour générer une dynamique d'ensemble et espérer trouver son autonomie financière.

Le discours de communication ne doit pas uniquement s'intéresser aux nouvelles utopies du travail : même s'il s'adresse à une cible identifiée, susceptible d'être interpellée par le message, il est trop exclusif, rejoignant une petite communauté se définissant par des valeurs, non une population locale dans sa totalité. Or, c'est bien l'un des objectifs affichés des tiers-lieux : participer à l'évangélisation des pratiques numériques. La cible doit correspondre à l'objectif, soit toute la population, y compris celle qui ne se sent pas concernée par le message idéologique. Il faut donc concilier le discours théorique avec les réalités locales. Par

ce biais, il sera possible de convaincre les entreprises d'ouvrir leurs locaux à des travailleurs indépendants pour des espaces de coworking, en élargissant la cible du discours véhiculé par ces espaces. Cette ouverture des entreprises à l'aventure des tiers-lieux de travail serait très intéressante car elle permettrait concrètement un échange d'expérience depuis l'autoentreprise jusqu'à la grande.

En réponse à la troisième hypothèse de travail, les tiers-lieux ne sont pas les seuls à profiter des nouvelles technologies numériques. Il existe un ensemble de métiers qui utilisent les technologies numériques pour concilier travail et ruralité. Nous avons vu le cas de la médecine et du tourisme, surtout de l'agriculture dont l'approche de la profession a été totalement modifiée par l'influence du digital : la vente directe, le traitement des données, les objets connectés sont autant de facettes de la nouvelle profession d'agriculteur. Le tiers-lieu de travail pourrait être considéré dans l'avenir comme le centre de convergence de tous ces secteurs d'activité, car il concentrerait tous les outils d'innovation technologique nécessaires à la réalisation de leurs projets, comme l'imprimante 3D des fablabs pour des artisans. Finalement, l'objectif est de faire en sorte que l'emploi et le travail d'une façon plus générale se développent à partir de ce qui existe déjà dans les territoires ruraux.

En réponse à la problématique d'ensemble, on peut dire que les technologies numériques contribuent grandement au développement du travail dans les territoires ruraux, en ce sens déjà que les principaux freins à ce développement sont liés à la fracture numérique. Il existe donc une dépendance étroite entre développement des territoires ruraux et usages de ces nouvelles technologies. C'est pourquoi, nous pouvons nous permettre d'émettre quelques recommandations en prenant conscience que ce mémoire s'adresse en particulier à l'État français et aux collectivités locales et territoriales du monde rural pour qu'ils s'emparent des enjeux du travail rural en train de se transformer grâce aux nouvelles technologies numériques.

Recommandation n°1 : Un nouvel aménagement du territoire

D'un point de vue global, il conviendrait de changer de politique d'aménagement du territoire en prenant la stratégie d'une harmonisation plutôt qu'une métropolisation du territoire. Mettre à équivalence le rôle des métropoles et les territoires de plus faibles

densité permettrait de réduire le contraste entre urbain et rural quant au développement des infrastructures numériques.

Recommandation n°2 : De nouveaux territoires numériques

Cette 2^e piste suit la première et reprend les propos du rapport de Claudy Lebreton, *Les Territoires numériques de la France de demain*. Il s'agirait de créer pour les territoires ruraux « un statut de « territoire de transition et d'innovation » afin de compenser les tendances à la métropolisation ». Ce statut ne serait réservé qu'aux territoires de très faible densité et les plus défavorisés sur le plan de l'accès au numérique : « il ouvrirait des droits à des dispositions administratives, réglementaires et fiscales exceptionnelles modulables ». Ainsi, tous les projets innovants y seraient prioritaires et leurs porteurs bénéficieraient d'avantages, qu'ils soient publics ou privés.

Recommandation n°3 : La mutation des télécentres

Les télécentres doivent être transformés en tiers-lieux de travail soutenus par les collectivités territoriales dans le but de générer au niveau micro-local un écosystème professionnel autour du numérique. Tous les secteurs d'activité y graviteraient en faisant attention à ce que l'objectif de ces tiers-lieux ne se fonde pas seulement sur l'idée d'une économie collaborative ou un dépassement du capitalisme industriel, mais une prise en compte de l'économie en ce qu'elle est actuelle et réelle.

Recommandation n°4 : Un appel aux entreprises

Inciter les PME et les grandes entreprises à ouvrir leur espace de travail à des travailleurs indépendants, dans l'esprit des tiers-lieux de travail pour y permettre le mélange des genres, le développement du réseau, l'échange de compétence, une manière nouvelle de mettre en valeur un territoire local. L'idée serait de mettre en place un allègement des charges fiscales qui pèsent sur leurs locaux en favorisant ce type d'initiative.

Recommandation n°5 : Le renouvellement de la communication

Soutenir la communication des différents secteurs d'activité en territoire rural qui fonctionnent avec les technologies numériques. Leur image est souvent à l'opposé des réalités, souvent celle d'une profession archaïque, en retard avec les avancées de notre temps. Nous avons démontré à travers l'exemple de l'agriculture que cela était faux ; c'est pourquoi il est important que les collectivités territoriales soutiennent

les stratégies de communication de ces professions pour leur offrir une attraction nouvelle. Il est important aussi que l'État aide les collectivités territoriales à communiquer sur la question du numérique : Philippe Roches, chargé de mission numérique à la Région Limousin, précise que le manque de moyens les pousse à mettre de côté cet aspect-là.

Les prophéties romancées de Michel Houellebecq ont bel et bien une accroche avec le réel : une ruralité totalement attractive grâce au développement numérique est possible, nous en avons vu les différents points d'ancrage tout au long de ce mémoire. Tout dépend maintenant de la volonté des pouvoirs publics de porter le projet d'un territoire français harmonisé à son terme. Souhaite-t-on appliquer à la France le principe de subsidiarité en donnant aux collectivités locales et territoriales les clés de leur développement ? Ou préfère-t-on arrimer ce pays à un ensemble plus global, en valorisant les métropoles comme point d'ancrage à la mondialisation, au détriment le plus souvent des territoires de faible densité ? Nous avons préconisé dans nos recommandations une politique de dépense publique importante pour la numérisation des territoires ruraux, c'est aussi parce que nous sommes persuadés que sur le long terme, l'investissement portera les fruits économiques, non seulement pour les territoires ruraux, mais pour la France entière.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles en Sciences de l'information et de la communication

- **Jean Baudrillard**, *Simulacre et simulation*, éd. Galilée, 1981, Paris, 235 p.
- **Patrice Flichy**, *L'Imaginaire d'Internet*, éd. La découverte, Paris, 2001, 276 p.
- **Camille Giordano-Caffet**, *Tiers lieux de travail : quelle contribution au développement durable des territoires ? Une approche par l'étude des espaces de coworking*, Mémoire professionnel du BADGE Développement durable et RSE, 61 p.
- **Éric Guichard**, *L'Internet et le territoire, Études de communication* [En ligne], 30 | 2007, mis en ligne le 01 octobre 2009, consulté le 30 août 2016. URL : <http://edc.revues.org/490> ; DOI : 10.4000/edc.490
- **Sophie Houzet**, *Développement numérique, territoires et collectivités : vers un modèle ouvert*, Géographie. Université d'Avignon, 2013, <NNT : 2013AVIG1118>. <tel-00931217v2>
- **Jean-Pierre Jambes**, *Développement numérique des espaces ruraux, peut-on transformer un problème en ressources territoriales*, Networks and Communication Studies, netcom, vol. 25 (2011), n° 3-4
- **Bruno Moriset**, *Créer les nouveaux lieux de la ville créative Les espaces de coworking*, 2014, 22 p., < halshs-00978718 >
- **Bruno Moriset**, *Quelles problématiques pour les technologies de l'information et de la communication en milieu rural ?*, Information technologies in rural areas. The key issues.. In: Géocarrefour, vol. 75, n°1, 2000. Espaces ruraux et technologie de l'information.
- **Jérémy Rifkin**, *La société du coût marginal zéro, L'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*, éd. Les liens qui libèrent, 2014, 512 p.
- **Jérémy Rifkin**, *La Troisième Révolution industrielle, Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*, éd. Les liens qui libèrent, 2012, Paris, 413 p.
- **Michel Serres**, *Petite Poucette*, éd. Le Pommier, 2012, 84 p.
- **Philippe Vidal**, *Territorialisation de la convention internet dans les territoires ruraux*, Networks and Communication Studies, Netcom, vol. 25 (2011), n° 3-4 pp. 137 – 164

Ouvrages et articles divers

- **Madeleine Akrich, Michel Callon, Bruno Latour**, *Sociologie de la traduction, Textes fondateurs*, éd. Presses des Mines, Collection Sciences sociales, 2006, Paris, 304 p.
- **Pascal Baud, Serge Bourgeat, Catherine Bras**, *Dictionnaire de géographie*, éd. Hatier, 1997, Paris, 509 p.
- **Jean-Claude Bontron**, *Transformations du monde rural et champ du travail associatif*, Pour 2/2009 (N° 201)
- **Yves Jean, Michel Périgord**, *Géographie rurale : la ruralité en France*, éd. électronique Armand Colin, Paris, 2009
- **Denise Jodelet**, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1994
- **Michel Lallement**, *L'Âge de faire*, éd. du Seuil, Paris, 2015, 448 p.
- **Yann Moulier-Boutang**, *L'Abeille et l'Économiste*, éd. Carnets Nord, 2010
- **Paul Ricœur**, *L'Idéologie et l'utopie*, éd. Le Seuil, Paris, 2005, 418 p.
- **Laurent Rieutort**, *Du rural aux nouvelles ruralités*, Revue internationale d'éducation de Sèvres, n°59, avril 2012, p. 43 à 52
- **Bernard Stiegler**, *Entretien avec Ariel Kyriou, L'emploi est mort, vive le travail !*, éd. Électronique Mille et une nuits
- **Stéphane Vial**, *L'être et l'écran*, éd. PUF, 2013, Paris, 333 p.
- **Jean-Benoit Bouron, Pierre-Marie Georges**, *Les Territoires Ruraux en France*, éd. Ellipses Marketing, 2015.

Documents officiels, rapports, manuel, observatoires professionnels

- *Histoire, géographie, enseignement moral et civique, 3^e cycle 4*, éd. Nathan, Paris, 2016, 435 p.
- **Claudy Lebreton**, *Les territoires numériques de la France de demain*, rapport remis au ministre de l'égalité des territoires et du logement, 2013, 177 p.
- **CGET (Commissariat général à l'égalité du territoire)**, *Le télétravail : des avantages pour les entreprises, les travailleurs et les territoires*, Rapport de décembre 2015.
- **Claire Planchat et Magalie Talandier**, *Innovation et territoires de faible densité*, Étude conduite par le cabinet CMI pour le compte du Commissariat général à l'égalité des territoires, Rapport de Juin 2015, 135 p..

- **Comité interministériel aux ruralités**, *Nos ruralités, une chance pour la France*, 2015, 56 p.
- **Conseil national du numérique**, *Travail, emploi, numérique : Les Nouvelles Trajectoires*, 2016, 206 p.
- **Catherine Fekhrane, Dilara Trupia**, *Benchmark des espaces de coworking sur le territoire français*, Silicon Sentier et TVT innovation, 2011, 42 p.
- **Laurent Gille (dir.)**, *La dynamique d'Internet prospective 2030*, Commissariat général à la stratégie et à la prospective, Études, 2013, 208 p.
- **Eloi Laurent (dir.)**, *Vers l'égalité des territoires dynamiques, mesures, politiques*, Rapport, La documentation française, février 2013, 534 p.
- **Claudy Lebreton**, *Les territoires numériques de la France de demain*, rapport remis au ministre de l'égalité des territoires et du logement, 2013, 177 p.
- **Olivier Mora (dir.)**, *Prospectives, Les Nouvelles Ruralités en France à l'horizon 2030*, Rapport du groupe de travail Nouvelles Ruralités, juillet 2008, 84 p.
- **Hervé Maurey**, *Déserts médicaux : agir vraiment*, Rapport d'information fait au nom de la commission du développement durable, des infrastructures, de l'équipement et de l'aménagement du territoire, Sénat, 2013. Consultable en ligne : <https://www.senat.fr/rap/r12-335/r12-335.html>
- **Guillaume de Russé**, *Comment promouvoir le dynamisme économique des espaces ruraux ?*, Rapport du CESE, 2015, 274 p.

Littérature

- **Michel Houellebecq**, *La carte et le territoire*, éd. Michel Houellebecq et Flammarion, coll. J'ai Lu, 2010, 414 p.

ANNEXES

ANNEXE N°1 : Entretien du 16 novembre 2015 avec Philippe Roches, chargé de mission numérique à la Région Limousin.

Quelle est la mission de la Région en matière d'aménagement numérique du territoire ?

Philippe Roches – L'aménagement numérique du territoire n'est pas une compétence attirée. Par contre, en 2004, la loi sur la confiance en l'économie numérique a fait évoluer le cadre d'intervention des collectivités. L'article L 1425-1 du CGCT (Code général des collectivités territoriales) donna la possibilité à une collectivité de pouvoir prendre la compétence Télécom d'aménagement numérique s'il y a un constat de carence. C'était le début de l'aventure pour les collectivités de se substituer à l'époque à l'opérateur aménageur – il n'y en avait qu'un seul, c'était Orange – et pouvoir aller dans les zones rurales où il n'y avait rien. Orange à l'époque n'avait pas d'intérêt à investir dans les zones rurales. On ne parlait pas encore de très haut débit. En Limousin, comme partout ailleurs, un syndicat mixte s'est constitué à l'initiative de la Région qui a eu la particularité de fédérer les trois départements du Limousin : Dorsal. Dorsal avait d'abord une vocation d'étude de l'expression des besoins avant de commencer sur le déploiement des nouvelles infrastructures. Chacun des membres de Dorsal a pris la compétence numérique et l'a transféré au syndicat mixte (Région, départements et agglomérations, soit huit collectivités). L'idée était d'amener l'ADSL là où il n'y était pas par le principe du dégroupage (accès au réseau aux opérateurs tiers). Le réseau d'initiative publique est né de l'initiative régionale, Dorsal a passé un contrat avec un opérateur de gros : Action Limousin. Cet opérateur a construit un réseau de dessert : ADSL, Fibre optique, montée en réseau, Wimax, Wifi... un réseau multi-technologique.

Où en est rendu le travail de cet opérateur sur le territoire ?

P. R. – Très vite, on est passé du Haut Débit vers le très haut débit, dans le sens où il faut préparer l'avenir des usages de demain. On parle de très haut débit tourné vers le grand public, les locaux, les habitations. Indirectement, une entreprise qui exprime un besoin en raccordement très haut débit peut se tourner vers les fournisseurs d'accès à Internet du réseau public. Dans le montage du projet Dorsal, le délégataire Action Limousin est un opérateur. Il n'a pas le droit de vendre sauf un droit de passage, ce qu'on appelle la boucle locale c'est-à-dire le réseau historique en terre cuivre. Ce sont des offres régulées par la recette proposée aux opérateurs tierces pour venir adresser des clients sur le réseau Orange, parce que c'est toujours sa propriété. Si Dorsal a construit en 2005 un réseau que certains diront qu'il est redondant avec le réseau historique de l'opérateur, c'est parce qu'il n'y avait pas d'offre adaptée. Aujourd'hui, il y a des offres dits PRM (Point de raccordements mutualisés) où il y a des solutions alternatives pour un usager ou une entreprise. Aujourd'hui ça existe, mais pas autrefois. Il y a eu d'abord l'offre de dégroupage, puis, en 2009, l'offre NRAZO (Nœud de Raccordements d'abonnés Zones d'Ombres). Les deux ont précédé l'offre PRM. On trouve aussi l'offre LFO (Location de fibre optique).

Tout le territoire limousin est aujourd'hui concerné par ces offres ?

P. R. – Désormais, nous sommes passés de la question du haut débit à celle du très haut débit. En prenant notre temps bien-sûr parce que dans nos territoires ruraux, ça ne se fait pas facilement. L'État a décidé de partager le territoire en trois zones : des zones très denses (soit 0 en Limousin) où il ne se passe rien car la concurrence se débrouillera d'elle-même pour couvrir le territoire en FttH (Fiber to the home) ; des zones intermédiaires où il peut y avoir plusieurs initiatives privées qui se jumellent pour construire du FttH (On en a quatre dans le Limousin, ce sont les quatre agglomérations : Limoges, Tulle, Brives et Guéret) parce que ce sont des zones encore rentables ; enfin on a le THD des champs qui est la 3^e zone, ce sont les zones livrées aux initiatives publiques : l'État a demandé aux collectivités gestionnaires de RIP (Réseaux d'initiative publique) de déployer de la FttH dans les zones rurales avec son aide. Pour obtenir cette aide, l'État demande aux collectivités de se construire un Schéma directeur d'aménagement numérique (SDAN). C'est ce

SDAN qui donne la feuille de route aux collectivités membres. Pour le Limousin, il dit d'abord que l'on va déployer la FttH en quatre phases : le premier objectif est de déployer 20% de FttH raccordé ou raccordable ; pour ceux qui arriveront en dernier (après 2020), on leur proposera dans l'immédiat une montée en débit (5 mégabits), mais aussi la densification du réseau radio (Wimax) et en dernier recours l'utilisation des satellites. Ce SDAN dit que pour arriver à financer ce projet, en plus de l'Union européenne et de l'État, même de manière progressive, il faut ajouter les EPCI (Établissement public de coopération intercommunale).

Quel pourcentage aujourd'hui de fibre optique sur le Limousin ?

P. R. – Pour l'instant nous n'en sommes qu'à cette première phase. En 2020, on devrait avoir déployé 60% de la fibre optique sur le territoire limousin.

Et actuellement ?

P. R. – Nous en sommes plutôt à 2-3%. Il n'y a pas de considérations seulement techniques, il y a des considérations d'ordre stratégique et politique. Dorsal est un gros véhicule d'aménagement numérique des collectivités. En 2012, quand le SDAN a été adopté par toutes les collectivités de Dorsal, on a décidé de lancer des opérations pilotes : l'intérêt était de tester à la fois comment les EPCI se plaçaient dans cette démarche collective et de commencer à déployer de la FttH pour montrer aux opérateurs que dans le Limousin, le très haut débit évolue. 25 EPCI sont partis en avance de phase pour obtenir 15% de financement de la part de Dorsal. En 2015, Dorsal a fait le tour de tous les EPCI pour déterminer leurs besoins, parce que l'objectif de Dorsal était de mettre les EPCI au cœur de l'aménagement numérique du territoire, ce qui n'avait pas été le cas pour le Haut Débit. Comme il y a quatre phases, Dorsal a pensé qu'ils devaient avoir la main pour définir leur priorité. Là, on en est à 204 millions d'euros de travaux prévus pour le territoire limousin. Après, c'est aux EPCI de déterminer quels travaux ils vont réaliser pour que ça rentre dans leur budget.

Quel est l'impact de l'aménagement numérique du territoire sur le désenclavement rural ?

P. R. – Nous faisons face à deux difficultés : nous ne faisons pas assez de communication, nous n'affichons pas ce que nous faisons car nous ne sommes pas dimensionnés pour ; de plus, nous n'avons pas d'observatoire même si nous avons régulièrement des résumés des prestataires qui passent des contrats avec les opérateurs finaux. On a une visibilité seulement sur ce que cela a apporté. Aujourd'hui, 110 000 Limousins utilisent le réseau public. 21 000 lycéens sont raccordés à la fibre publique. 40 000 salariés utilisent Dorsal quotidiennement. 98% de la population est raccordée. On voit aussi le modèle économique : 204 millions d'euros de travaux (74 millions d'euros de l'Etat, 24 de l'Union Européenne, soit la moitié de la somme totale). Il ne s'agit que de la première phase. Pour l'ensemble des phases, nous arriverions à 600 millions d'euros. Pour l'instant, les autres collectivités n'ont pas encore délibéré.

Maintenant, le désenclavement par le numérique ne relève pas que des infrastructures : la fracture numérique est sociale, culturelle. Il ne s'agit pas seulement d'avoir la fibre. C'est plus profond que ça. Il faut développer les usages, inciter les entreprises des territoires ruraux à utiliser le numérique en les sensibilisant à la valeur ajoutée du numérique, en les formant, en leur facilitant un accès. Il y a un outil sur lequel on travaille à la région qui est un outil de désenclavement formidable : ce sont les tiers-lieux de travail où on peut y faire plein de choses telle que la médiation numérique, des nouvelles formes de partenariat, de travail collaboratif, de développement économique à travers les fablabs.

ANNEXE N°2 : Entretien du 16 février 2016, avec Patrice de Feligonde, Président de la SASU, « les jardins du village », qui inclut une maison d'hôte et l'espace de coworking Le Relais SML.

Pourquoi avoir décidé de créer l'espace de coworking ?

Patrice de Feligonde - Parce qu'un local s'est libéré. Il y a eu différentes sortes de proposition de projets, mais après réflexion, il y avait du sens pour moi à faire un espace de coworking. J'avais envie de développer un projet économique qui soit intelligent. Autrefois, ce bâtiment était déjà un lieu de voyageurs et de commerçants. Je trouvais ça logique d'en faire un lieu où les gens se retrouvent et travaillent.

Quel est le statut juridique et pourquoi ?

P. D. F. - J'ai choisi la SASU (société par actions simplifiée unipersonnelle), car cela correspondait à des choix sociaux – j'avais pas besoin de sécu avant un long moment –, dans le sens où je ne retire aucun revenu depuis que la boutique a démarré en 2012. S'il y a des bénéfices, ce sera uniquement sous forme de dividendes, mais ce ne sera pas du salaire. Je voulais qu'il y ait un minimum de charges qui pèsent dessus.

Avez-vous une autre activité ?

P. D. F. - Non, c'est mon activité principale. Et c'est plus qu'un plein temps.

Quel est votre modèle économique ?

P. D. F. - Pour l'instant, il n'y pas de rentabilité. Au mieux, je me permettrai un SMIC d'ici la fin de l'année. Mais le rendement est secondaire, ce qui m'intéresse, c'est de m'éclater. Je pense surtout que c'est une partie de l'économie qui va reprendre ses droits, avec des micro-projets, l'inverse de ce qui nous énerve dans la mondialisation. Ce que je fais est un engagement politique au sens premier du

terme. Pour moi, commercer avec son voisin, c'est faire reculer « Le Pen » et les extrêmes.

Qu'est-ce qui vous a motivé ?

P. D. F. - Je pense, à l'instar du mouvement écologique Colibris, qu'il y a urgence à se réappropriier les schémas économiques avec les outils du XXI^e siècle qui sont à notre disposition, il y a urgence absolue. Cela ne fonctionnera surtout pas avec la standardisation, ce serait une catastrophe ; le processus est darwinien : dès que tu commences à standardiser les entreprises et les comportements, ça ne fonctionne plus.

Si je vous comprends, votre ancrage philosophique...

P. D. F. - C'est surtout une activité économique qui s'insère dans un tissu économique réel et humain, avec d'autres petites entreprises qui fonctionnent en synergie. L'objectif est de s'intégrer dans un écosystème. Connaissez-vous le problème en physique ? Si vous prenez une feuille uniforme, que vous la mettez en tension et que vous faites un petit trou avec une épingle, la feuille se déchire en deux. Vous prenez un papier recyclé et la feuille tiendra malgré le trou de la punaise. Voilà le problème avec nos sociétés trop standardisées : dès qu'il y a une crise, c'est tout un pan de l'industrie qui disparaît. C'est pour cela qu'il faut atomiser les savoirs et avoir des métiers les plus différents possibles.

Quelle a été l'évolution de cet espace depuis sa création, même si celle-ci est récente ?

P. D. F. - Il y a une leçon à retenir : on se réancré très rapidement en travaillant à la campagne avec le rythme des saisons, du point de vue du travail et de l'économie. Ce qui fait que tous les métiers se font sur des rythmes convergents. Le rythme des saisons est cohérent entre nos métiers. Du coup, il y a un renouvellement d'une année sur l'autre, on peut lâcher prise sur la planification à long terme.

Quelle définition donneriez-vous de l'espace de coworking ?

P. D. F. - Il est à la maison d'hôte ce que le bassin naturel est au jardin. C'est un lieu de brassage de compétences et d'idées, de projets et de mises en relation. C'est difficile à résumer en une phrase. Autre chose d'important : je pars du constat que, depuis quelques années, les petites entreprises souffrent d'un niveau de charge profondément anormal – que je trouve injuste – et qui leur interdit d'avoir plusieurs salariés avec eux. Du coup, les chefs d'entreprise désormais seuls ont besoin de se retrouver pendant quelque temps ensemble. On se rend compte que malgré des métiers très différents, les problématiques sont souvent les mêmes.

Pourquoi avoir choisi un territoire rural pour implanter un espace de coworking ?

P. D. F. - C'est la convergence de multiples facteurs : l'opportunité d'un nouveau local, un grand dynamisme de la commune, l'association, le réseau de copains, la volonté de ma part de monter une boîte en réseau. Mais le monde rural était aussi une évidence... pour moi ! Heureusement, il y a des gens qui pensent différemment.

Quelle est la différence selon vous entre l'espace de coworking urbain et rural ?

P. D. F. - Le bon technologique est beaucoup plus palpable en milieu rural. C'est d'autant plus motivant que ça va très vite. A Paris, les espaces de coworking se créent autour d'une thématique. De quartiers différents, ils ont des problématiques différentes et ils ont un lieu de travail commun. Ici, il y a le problème d'horaires, de covoiturage, de gardes d'enfants, pour des trajets quotidiens à Montpellier. D'emblée, il y a toute une palette de compétences qui peut se mobiliser du jour au lendemain pour aider. L'espace est bien plus propice au lieu de travail commun avec des métiers différents qui se retrouvent ensemble.

Dans quelle mesure l'apport des technologies numériques vous semble-t-elle indispensable ?

P. D. F. - Aujourd'hui, une petite entreprise n'a plus les moyens d'avoir un certain nombre de compétences, et donc de se connecter au monde numérique. Or si on n'existe pas dans le paysage numérique, on n'existe plus dans le paysage réel.

D'autre part, une fois qu'on a établi des liens avec une communauté, qu'on s'est créé une identité, il y a toute une panoplie d'outils comme les CRM qui permettent aux entreprises d'avoir des moyens fantastiques. Un artisan a aujourd'hui les moyens d'avoir des données chiffrées sous forme graphique. Il y a encore peu de temps, ils montaient des business plan sous forme d'Excel. On entre dans une ère numérique qui atomise l'industrie entre les mains d'artisans. Je prends l'exemple d'un de nos coworkers, Stéphane, opticien, qui réalise ses propres lunettes grâce à une imprimante 3D, avec du bois de tonneau.

Quels outils numériques utilisez-vous ?

P. D. F. - Nous utilisons Whatsapp, Nexutus, des systèmes de paiement en ligne, un CRM, Twitter, Facebook, on essaie tout... l'outil de gestion du planning est très important pour reprendre en main son temps.

Quel bilan faites-vous aujourd'hui ?

P. D. F. - La philosophie reste la même. Ce qui est intéressant c'est que l'ensemble est en train de prendre vie. On arrive désormais à générer une activité économique minimum pour certains coworkers. De leur côté, ils développent certains projets qui alimentent et accélèrent le remplissage de la maison. Ce cercle vertueux est en train de se mettre en marche. Aujourd'hui, vous l'avez vu, il y a une identité qui a l'air de fonctionner toute seule, dans la mesure où, quand vous êtes arrivé ce matin, vous avez tout de suite trouvé quelqu'un qui vous a mis à l'aise et vous a permis de trouver vos repères. Aujourd'hui, on peut se passer de moi et l'objectif premier d'un créateur d'entreprise, c'est de faire en sorte que sa boîte tourne d'elle-même.

Quels types de coworkers fréquentent le Relais et de quelle manière ?

P. D. F. - C'est très variable. On a mis en place un logiciel qui pilote toutes les connexions Wifi et donc toutes les présences des uns et des autres. Au niveau des tarifs, on avait prévu toute une palette de possibilités : plein temps, quart temps... on avait prévu des journées par paquets de cinq ou de dix. Tout cela avait été mis au point lors d'une soirée d'intelligence collective. Après un an d'usages, on s'aperçoit que l'essentiel des coworkers utilise des carnets de douze journées à 150 euros. Je

possède des statistiques anonymes qui montrent qu'on a des journées un peu plus pleines que d'autres, une grande disparité des usages. Certains viennent une fois par semaine, d'autres une fois tous les quinze jours. C'est vraiment très libre et c'est cela qui est très intéressant. On peut parler de diversité des coworkers et des usages. Il y a des indépendants mais aussi des salariés. C'est le cas de Guilhem, qui fait du télétravail. Plus il y aura de diversité, mieux ça vaudra.

Si j'avais une dynamique à donner à l'avenir, ce serait de faire en sorte qu'il y ait un lâcher prise et que ces germes de petites entreprises prennent leur identité au sein de l'espace. J'essaierai aussi de pousser vers un peu plus de technologique pour ouvrir les yeux aux petites entreprises sur ce que ça pourrait leur apporter. Par exemple, on a pour projet avec d'autres coworkers intéressés d'acheter une imprimante 3D. On ne sait pas comment on va faire, on en a tous envie, mais surtout on sait que ce n'est que collectivement que ça a du sens. Enfin, il y a une règle du jeu que j'essaie de faire appliquer, c'est de faire en sorte qu'aucune entreprise ne soit dépendante d'une autre.

Comment votre espace de coworking se situe par rapport à la transformation numérique des territoires ruraux ?

P. D. F. - La question de l'ubérisation du secteur touristique impacte grandement sur les petits commerçants des espaces ruraux. l'objectif est d'arriver à un minimum d'autonomie numérique pour arriver à avoir son indépendance. Encore une fois, je compare ce relais à ce bassin dans le jardin du « cowork », qui crée les conditions favorables d'un développement harmonieux de tout un écosystème, en réunissant des travailleurs de secteurs différents, contrairement aux projets confiés par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) ou autres.

Il y a encore longtemps, pour qu'un village soit actif, le maréchal-ferrant, celui qui ferrait les chevaux, était nécessaire, parce que les chevaux étaient essentiels pour le commerce. Aujourd'hui, si on veut être un marchand, on doit pouvoir trouver le maréchal-ferrant du moment, c'est-à-dire un lieu où on trouve toutes les compétences pour exister sur le web. Ça fait cruellement défaut de nos jours parce qu'il n'y a pas eu cette phase d'adaptation qui permettent aux petits commerces d'apprivoiser l'univers numérique. Il faut un service numérique de proximité où on trouve des gens, un lieu incarné.

L'espace de coworking, serait-ce un service numérique de proximité ?

P. D. F. - Oui. En tout cas, il a vocation à l'apporter de plus en plus. Tôt ou tard, le restaurant du village qui va devenir progressivement invisible dans le paysage réel – puisque tout va être numérisé – sera obligé de passer par ce qui va être l'équivalent de booking.com, qui lui prendra royalement 15 % de son chiffre d'affaire, alors que ces petites entreprises dont nous parlons sont déjà assommées de charges. Rappelons que nous parlons là de 80 % du tissu économique français. Quand ces petites entreprises voudront vendre leur affaire, ils n'auront malheureusement pas de linkedin, de page facebook, avec un audimat ou avec un CRM qui leur permettra de connaître vraiment leurs clients. Ils ne pourront pas vendre parce qu'ils ne pourront pas acter dans le temps, en densité, leur espace sur le web, ils ne leur resteront qu'un simple bilan comptable désormais périmé. Aujourd'hui, beaucoup sont obligés de travailler au noir et d'aller grapiller, parce que les impôts leur prennent 15 % de leurs bénéfices. Si l'on ajoute plus tard les 15 % de leur chiffre d'affaire volés par « booking », c'est énorme ! Il y a donc urgence à ce que les commerces s'approprient leur identité numérique.

Les commerces ont tendance à se mouvoir dans le commerce de masse, où l'on essaie de ressembler à son voisin. Or l'algorithme de google qui a tendance aujourd'hui à être roi cherche plutôt l'atypique, l'original, le dense, le qualitatif. Et cet algorithme n'a pas fini de s'améliorer. Il ne faut pas mettre des flyers sur des pare-brises, mais sur des écrans. On doit être dans un marketing d'hyperniche et c'est tout à fait possible dans nos villages.

Entre espace numérique et espace physique, où se situe l'espace de coworking ?

P. D. F. - Je vois donc deux univers parallèles... C'est peut-être cela le Relais, ce serait cette passerelle entre les deux univers, un univers de geeks où passent dans le même temps des copains agriculteurs.

Êtes-vous en lien avec les collectivités locales et territoriales ?

P. D. F. - On a essayé. Nous sommes allés à de nombreuses réunions avec la communauté de communes, sur la réorganisation du territoire, sur les schémas de déplacement, sur les zones d'emplois, sur des tables rondes, sur la mise en place de télécentres de travail. Mais le temps de maturation d'une collectivité est de trois à cinq ans. Notre société va malheureusement trop vite. Les collectivités sont condamnées à l'obsolescence par leur temps de réaction. Elles seront toujours en retard. Les dinosaures sont morts à cause de cela. Cela ne nous empêche pas d'être présents. Il y a une initiative publique à Ganges qui est en train de se mettre en place et nous y venons pour leur expliquer tout notre fonctionnement. Nous ne voulons absolument pas être dans une logique de concurrence, nous voulons participer au développement du territoire rural. J'avais discuté avec le maire autour du télétravail et il m'avait fait part d'un projet de centre de télétravail pour les travailleurs des collectivités. Mais, à vrai dire, il y a un écart philosophique entre mettre ensemble des gens qui se ressemblent et créer un bassin naturel où tout s'équilibre.

Qu'est-ce que le coworking apporte au niveau du travail ?

P. D. F. - Je compare le coworking à une chorale où on est porté par la voix des autres. Ensemble, on est diablement efficace. Aussi, c'est plus secondaire, mais c'est un gain de temps phénoménal sur les aller-retours. C'est une appropriation de son propre temps et de son rythme de vie. Ça peut même être déstabilisant : il y a des fois où l'on a du temps libre et ça peut être culpabilisant. Du coup, nous – les coworkers – passons par des phases où nous avons 200 idées à la minute. Ça peut être vertigineux.

Quels sont vos projets futurs ?

P. D. F. - Je pense qu'il est important de ne rien prévoir. S'il y avait une problématique à donner dans le long terme, ce serait la notion d'essaimage. En plus des abonnements à l'espace de coworking, on pourrait imaginer offrir à chacun son propre logiciel de comptabilité. On pourrait imaginer des prestations supplémentaires comme cela. Ça pourrait être très intéressant, parce que c'est quand même une

jungle. Certainement aussi, il s'agit d'ancrer la maison dans cette identité où on construit ensemble l'entreprise.

ANNEXE N°3 : Entretien du 4 mars 2016 avec Baptiste Ridoux, fondateur du tiers-lieu de travail La Quincaillerie Numérique à Guéret dans la Creuse.

Peut-on parler pour La Quincaillerie numérique d'un espace de coworking ?

Baptiste Ridoux – On appelle plutôt cela un tiers-lieu dans lequel on retrouve un espace de coworking et un espace de médiation. Ça va de l'atelier d'initiation de l'outil informatique pour les seniors au bon usage du web pour les actifs et pour les seniors et à l'initiation au code pour les enfants. Les ateliers sont coopératifs et collaboratifs. Ensuite, on a un espace de convivialité. On accueille divers associations qui portent un projet de fablab. On accueille le studio bis d'une radio associative locale. Un autre collectif s'est créé au sein de la Quincaillerie, les « Idiots pat », qui développe un média collaboratif en ligne, relais des initiatives locales, mais d'une manière décalée, enfin « Grainotec », une bourse d'échange de graines libres de droit et open source.

S'agit-il d'une initiative publique ?

B. R. – Oui, c'est porté par la communauté d'agglomération du Grand Guéret.

Pourquoi avoir décidé de mettre en place ce tiers lieu ?

B. R. – Au départ, quand je suis arrivé en Creuse, je ne connaissais pas grand monde si ce n'est ma femme et j'ai beaucoup fréquenté le milieu associatif pour rencontrer des gens. J'étais alors chargé de mission technologies de l'information et de la communication pour une association de développement territorial à l'échelle d'un pays, le Pays de Guéret : initiation à l'outil informatique, mise en place de sites clés en main pour les mairies, mise en place de tout un parc de hot spot Wifi sur le territoire, personnes ressources pour tout ce qui était lié au numérique dans les communes, pas mal d'informations dans les collèges et les lycées pour le bon usage des réseaux sociaux. Voilà pour le contexte. L'idée est venue avec la radio associative du Pays de Guéret de prendre un lieu en centre-ville, l'aménager pour dix jours et proposer des émissions en direct et en public, proposer des expositions, un

espace de convivialité... Sauf qu'au bout de dix jours, la fête était finie et on a vite senti le réel besoin d'un lieu de vie comme cela à Guéret. Du coup, on a pris notre petit bâton de pèlerin, nous et le directeur d'antenne de la radio, pour obtenir un soutien de la part des collectivités territoriales. Cela a pris un peu de temps. Dans le même temps, j'ai découvert vers 2013-2014 l'univers des fablabs, des tiers-lieux, ce qui a changé l'idée du projet, plus orientée vers mon cœur de métier, l'idée d'un lieu ouvert de médiation et de pratiques numériques. On a ouvert une association 2-3D pour porter ce projet-là. Avec la réforme des territoires, le Pays de Guéret a disparu. Du coup, c'est l'agglomération du Grand Guéret qui nous a repris et moi, je suis arrivé avec ce projet là. Le président de l'agglomération a été très facilitateur. C'est donc comme cela qu'on a réussi à ouvrir La Quincaillerie numérique le 6 mars 2015. Au départ à titre d'essai, les élus nous ont récemment renouvelé le bail pour un an. Pour l'instant, nous ne sommes que locataires, mais nous comptons avoir nos locaux propres.

Au-delà de vos premières motivations, êtes-vous à la recherche d'un modèle économique stable ?

B. R. – Pour l'instant, on est un lieu fédérateur de ce qui se passe en Creuse. La Creuse est pleine de talents qui sont individuels. Ce sont souvent des néo-ruraux qui ont quitté la vie dans les métropoles pour s'installer au vert sauf que voilà, ils sont chez eux avec leur femme et enfants et ne savent pas où ils vont rencontrer d'autres personnes comme eux. Après on a aussi des locaux, des artistes locaux (qui souvent s'en vont), on a d'autres cas de gens qui télé-travaillent sur Bordeaux, sur Paris, sur Lyon. Guéret a des problématiques de territoire mais a une force énorme, c'est son réseau associatif (le nombre d'associations en Creuse par rapport au nombre d'habitants, c'est assez hallucinant). Avec mes camarades, nous avons compris que si on unissait nos forces, on parviendrait à faire de très belles choses sur le territoire : la nature, le calme, l'accès au foncier... Il y a toujours une sorte de solidarité entre les gens. Il y a un réel besoin en numérique. Peut-être que l'on a voulu promouvoir un certain nombre de valeurs en créant ce lieu. Bien-sûr, le modèle économique doit être travaillé. La proximité en territoire rural est assez pratique : proximité des acteurs professionnels, proximité des élus. Actuellement, on est en train d'imaginer une offre de tourisme professionnel avec l'office du tourisme, en proposant un nouveau package séminaire avec un accès à la quincaillerie

numérique, des propositions de visites comme l'Île de Vassivière et son centre d'art contemporain, des offres sportives comme une sortie en parapente et la valorisation de nos gîtes ruraux en proposant leur accès plutôt qu'une nuit d'hôtel. Nous sommes en train de construire notre modèle économique.

Qui est le financeur ?

B. R. – Europe, Etat, Région.

Le financement est j'imagine plus important que les recettes ?

B. R. – Oui bien-sûr.

L'objectif est-il d'arriver à une forme de rentabilité ?

B. R. – Pas à une forme d'autonomie. Je pense que ce ne sera pas possible. Pour moi, on est un service public. Il y a toute une dimension sociale comme le prêt de nos locaux au Secours populaire.

Est-ce qu'un tiers-lieu rural, suppose une telle diversification pour exister ?

B. R. – Par exemple, le fait d'avoir une radio associative, nous avons des émissions en direct de 12 à 14 heures qui relatent ce qui se passe à La Quincaillerie numérique. Si un projet venait le jour, nous n'hésiterions pas à passer par la radio pour faire un appel à compétences. C'est un outil au service du coworking. De même pour le fablab : quelqu'un a envie de prototyper quelque chose, il n'a pas besoin d'aller à Limoges, il a une imprimante 3D à disposition. Après, s'il a besoin de découpe laser, nous sommes associés avec une autre fablab à Limoges qui est beaucoup mieux équipée. Si le projet de mettre en réseau toutes ces initiatives au niveau régional marche. Nous sommes les premiers à avoir lancé ce type d'activités, il va y en avoir 14 pour la région bientôt.

S'agit-il de centres de télétravail ou plus spécifiquement de tiers-lieux comme vous ?

B. R. – Non, ça dépend de chaque territoire : l'un sera plus coworking, l'autre sera plus fablab... Nous, on est parti avec tout. On a tout fait d'un coup. Nous pensons que la ruralité a le droit à l'innovation : il y a des seniors passionnés, des ingénieurs retraités, des collégiens fascinés, tout cet aspect intergénérationnel aussi. C'est pour cela que nous ne parlons pas seulement d'innovation technologique, mais aussi d'innovation sociale : voir ainsi la matriarche des tziganes de Guéret les inciter à venir ici, car c'est selon elle une manière de se sentir citoyen, fait aussi partie de la mission de La Quincaillerie numérique. C'est une victoire de la vie en quelque sorte. C'est une manière d'éviter par exemple que les jeunes quittent le territoire vers la métropole en leur montrant qu'il y a des choses possibles ici. Je pense que la Quincaillerie permet d'explorer les champs du possible. On fait aussi espace culturel avec expositions, conférences, causerie.

Qu'y a-t-il comme type de travailleurs ?

B. R. – Il y a des indépendants : un webdesigner, un architecte paysagiste, des journalistes. Après on a des techniciens territoriaux sur Guéret qui profitent des lieux pour tenir une réunion, envoyer des mails, faire deux ou trois impressions.

Ça peut être un lieu de passage, une location de deux heures par exemple ?

B. R. – Oui, exactement.

Avez-vous des salariés en télétravail ?

B. R. – On en avait deux, mais suite à la naissance de leur enfant, ils ont décidé de travailler à la maison.

Tout le monde est là en même temps ?

B. R. – Non, le temps fort de la Quincaillerie, c'est tous les jeudis de 17h à 21h : toutes les associations se réunissent. C'est un temps d'échanges d'expérience pour savoir où tout le monde en est. C'est très important.

Comment participez-vous à la transformation numérique des territoires ?

B. R. – Il y a deux choses : on est un centre de ressources numériques d'abord et avant tout. Après, on fait des animations en dehors du lieu et dans le lieu : initiation pour les débutants à La Quincaillerie. Pour toucher un autre public, on doit aller à la bibliothèque, même si elle est à 200m. On a instauré un cycle de conférences sur les usages numériques dans cette même bibliothèque. On a des ateliers d'initiation sur d'autres communes du territoire. On est aussi les colporteurs numériques. Certains publics en milieu rural, si vous n'allez pas les voir, n'iront pas à Guéret. Nous allons au plus proche des gens sur le territoire proposer des ateliers. Ça fait aussi quatre ans que nous intervenons en milieu scolaire de la 6^e à la Terminale, sur les enjeux des réseaux sociaux, la propriété des données sur Internet – on aime bien le fait de sensibiliser. On participe de la montée en compétence de la population. Actuellement, j'accompagne un projet blog avec des jeunes Tziganes.

Quels sont les projets sur le territoire à moyen terme ?

B. R. – Nous avons effectivement un grand projet : l'acquisition d'un bâtiment pour notre installation pérenne prévue pour septembre 2017. A l'heure actuelle, nous exploitons 300m². Dans le prochain lieu, il est prévu entre 900 et 950 m², avec toute une mezzanine dédié au développement économique, un open space, des bureaux, une salle de réunion. Tout le bas sera pour le public avec une cafétéria, un espace scénique pour faire des concerts, un espace de médiation, un fablab, un studio multimédia qui servira à la radio et autres.

Derrière l'approche pragmatique d'une réponse à un besoin, est-ce qu'il y a un objectif d'ordre idéologique ou politique qui vous motive ?

B. R. – Politique au sens noble, c'est évident. Si on revient à la politique classique, on a eu la chance d'avoir un président d'agglomération qui a été très facilitateur sur le projet. Je pense qu'avec n'importe quel autre élu, ça ne se serait pas passé comme ça. Grâce à lui, la plupart des élus se sont ralliés à notre cause et ont soutenu le projet. La presse aussi nous a soutenu et ça a donné confiance aux élus.

La plupart des gens viennent dans une attitude de consommation : ils déposent leur ordinateur pour qu'il soit réparé, ils viennent faire commande pour l'imprimante 3D, alors que l'objectif c'est qu'il s'en servent eux-mêmes, qu'ils soient autonomes. Le fablab répond aux besoins du territoire sur pas mal de points, alors que ce n'est pas l'objectif initial. C'est un lieu de vie et de rencontres avec une certaine liberté d'échanges. J'ai vu le président d'agglomération jouer à la console avec les étudiants. Cela permet une certaine proximité.

Quels conseils donneriez-vous s'il fallait créer un centre comme le vôtre en milieu rural ?

B. R. – Je pense qu'il faut dans un premier temps s'assurer le soutien des milieux locaux. Je pense à un super fablab dans l'Indre partir sans l'appui des politiques et fermer au bout d'un an. Il faut convaincre les élus de la pertinence du projet. Il y a aussi la conjoncture qui fait que nous répondons à certains des besoins.

ANNEXE N°4 : Entretien du 18 juillet 2016 avec Sébastien Oziol, directeur du Pôle lozérien d'économie numérique, de l'agence de développement économique Lozère Développement et fondateur du réseau SoLozère.

Qu'entend-on par territoires ruraux numériques ?

Sébastien Oziol – Je ne connais pas ce terme là, je ne vois pas ce qu'on essaie de signifier. Je comprends ce qu'est un territoire et c'est à mon avis largement plus que le seul aspect numérique. Par contre, il est sûr que le numérique change notre rapport à la géographie et donc au territoire. Surtout en Lozère où nous pourrions dire que nous sommes victimes de la géographie. Le numérique change notre rapport à la distance même si de nombreuses choses restent encore infaisables en milieu rural. Les choses changent malgré les contraintes.

Croyez-vous dans le développement rural par le numérique ?

S. O. – C'est difficile à répondre, parce qu'au final, on se confronte toujours à la géographie, à l'éloignement... Il faut toujours finir par déplacer les personnes et les biens. Avant d'utiliser toutes les technologies avec l'état actuel de notre connectivité, il y a du chemin à parcourir. On n'est pas tous à vouloir faire du streaming vidéo ou avoir des activités de big data qui nécessiteraient d'énormes données. Aujourd'hui, avec la GSM, la 3G, on arrive à avoir beaucoup d'usages. Mais ça demande à ce que le minimum y soit. Malgré tout, Internet ne passe pas partout. Ce week-end, j'étais dans les Cévennes et ça ne captait pas, cela est très contraignant.

Pourtant la Lozère est plutôt bonne en matière de connexion ?

S. O. – Au niveau des infrastructures oui, il y a un schéma fibre optique qui est assez intéressant. Mais, il y a encore des lacunes qui ne devraient pas exister en matière de téléphonie mobile. Et aujourd'hui, les usages sont essentiellement « mobile ». Cela peut être vital ! Cela doit être la priorité des élus du Département et de la Région.

Avec le réseau SoLozère que vous avez mis en place, peut-on dire que l'emploi a été développé de manière significative ?

S. O. – SoLozère est un réseau de lieux et de personnes. C'est une démarche très informelle parce que c'est un partenariat entre une agence de développement économique et pépinière d'entreprises innovantes Lozère développement – où nous travaillons à la création d'activités et d'emplois – et la maison d'emploi et de la cohésion sociale qui travaille sur des problématiques d'inclusion sociale. Nous nous sommes confrontés à des publics différents mais qui avaient les mêmes besoins, c'est pourquoi on a créé ce réseau. On n'a pas la mesure de l'impact de la dynamique SoLozère sur le territoire, on sait qu'elle est dynamique. Beaucoup de personnes s'appuient dessus, autour de 150 personnes. Cela nous a permis d'assurer le rapprochement de personnes, des constructions d'alliances, des partenariats, voir des dynamiques coopératives et collaboratives. Sans la démarche SoLozère, tout cela ne serait pas fait. Et ça aujourd'hui, c'est de l'emploi.

Avez-vous répondu à un besoin en créant ce réseau ?

S. O. – Ça répondait à deux besoins :

- un besoin institutionnel, politique même : les élus locaux souhaitaient engager des démarches d'attractivité territoriale

- le besoin des nouveaux arrivants et des indépendants – qui sont la plupart du temps des nouveaux arrivants (c'est une question qui mérite d'être creusée). Ils sont les plus isolés, les plus esseulés, malgré les injonctions d'aujourd'hui à l'auto-entreprise. Il n'y a pas d'institutions pour ces gens, personne ne vous aide à faire votre étude de marché, à réaliser votre business plan. Notre pépinière aide seulement ceux qui dans leur projet vont créer trois emplois en trois ans, les autres non.

D'où le projet de SoLozère d'accompagnement par les pairs. C'est le réseau qui vous accompagne. Nous incitons les membres à s'associer quel que soit le statut : association, groupement, SCOP... L'idée est d'agir à plusieurs pour rompre avec l'isolement.

Quelles sont les entreprises aidées par le numérique dans les territoires ruraux, des entreprises qui, par le biais du numérique, ont pu développer leur activité ? Puisqu'on peut être en contact à l'autre bout de la planète en un clic, pourquoi ne pas s'installer dans un endroit qui corresponde le mieux à l'identité de l'entreprise, à son savoir-faire ?

S. O. – Toutes les entreprises de Lozère sont connectés et utilisent les technologies numériques comme les autres. Elles en bénéficient et se développent grâce à cela. Par contre je ne suis pas d'accord sur votre raisonnement, parce qu'il y a toujours le facteur humain : une entreprise va se mettre toujours à proximité d'un vivier de personnes qu'elle va pouvoir recruter. C'est pourquoi il est très difficile de faire venir les entreprises du numérique en Lozère. Les entreprises de l'agroalimentaire, de l'environnement, de l'éco-construction, viennent, mais pas les entreprises du numérique parce qu'il faut que les compétences soient à proximité. Nous l'avons constaté amèrement. Les start-ups s'installent à côté des écoles d'ingénieurs.

C'est un paradoxe : ce sont les entreprises du numérique qui vantent les qualités du télétravail, du travail collaboratif en général, alors qu'en réalité, elles seraient dans un schéma beaucoup plus classique qu'elles ne le prétendent.

S. O. – Tout à fait. Je suis prêt à argumenter là-dessus, c'est vraiment un paradoxe que l'on constate amèrement, parce qu'on a mis en place tout un pôle d'économie numérique et on n'arrive pas à faire venir les entreprises. La raison principale, c'est la mobilité de la main d'œuvre dans le domaine du numérique.

Avez-vous substitué ces entreprises par d'autres ?

S. O. – Nous avons réussi à faire émerger des petites start-ups.

Quelle est l'action du pôle lozérien d'économie numérique ?

S. O. – On est un centre de ressources en technologies numériques pour les entreprises. Nous sommes là pour diffuser les usages du numérique auprès des professionnels. Cela touche tout le monde, de l'autoentrepreneur à la boîte d'une

centaine de salariés. Nous évangélisons, nous faisons passer des messages sur tout ce qui concerne le web, le e-commerce. Nous permettons la mise en relation avec des start-ups qui peuvent apporter des solutions innovantes.

Quel secteur d'activité est fer de lance dans l'usage du numérique ?

S. O. – Les technologies numériques sont adoptées en premier par les acteurs du tourisme. Le commerce suit. Toute l'agroalimentaire arrive après, puis l'agriculture.

Quel bilan le pôle lozérien d'économie numérique fait-il sur le développement numérique de la Lozère ?

S. O. – La Lozère est difficilement attractive aux entreprises de la filière numérique. Mais en ce moment il se passe quelque chose, un virage certainement, des projets en nombre plus importants, des dynamiques collaboratives qui s'installent. On a accès à un seul pan de l'économie numérique, celle qui sert l'économie de proximité, pas celle qui sert le marché B to B. Moi je fais venir des entrepreneurs du numérique : la plupart du temps, ils sont obligés de repartir par manque de capitaux. On investit à condition d'avoir l'entreprise à proximité, c'est-à-dire dans les grandes villes.

L'idéal de l'économie collaborative ne fonctionne que dans les têtes...

S. O. – L'économie collaborative fonctionne pour un certain type de projet, pas pour la start-up très capitalistique, très techno. Il fonctionne pour un autre format, un mode plus collaboratif, plus coopératif, des formes d'entrepreneuriat plus sociales qui s'imbriquent mieux dans la ruralité. Nous retrouvons justement ces formes là dans les espaces partagées.

Dans quelle mesure pouvez-vous dire que les tiers-lieux de travail sont un succès en Lozère ?

S. O. – Si dans « succès », il faut entendre rentabilité économique, alors clairement non. Un tiers lieu à Villefort dans les Cévennes n'est forcément pas rentable, il est même coûteux. Par contre, je pense qu'il apporte un niveau de service dans un

village, c'est important. Même si l'infrastructure qui l'accueille a un coût pour le contribuable, c'est important qu'il y ait un comptable, un graphiste, un webmarketeur, un journaliste... qui viennent passer quelques jours à Villefort. Il s'agit toujours des métiers de la connaissance, de l'immatériel à qui il faut mettre à disposition des lieux d'accueil, au risque de ne finir par ne casser que des planches et des cailloux.

La fréquentation est-elle bonne dans ces tiers-lieux ?

S. O. – C'est contrasté. A Villefort, ça marche bien. Ça dépend beaucoup de l'animation locale et de sa volonté d'insuffler l'envie. Autant ça a été un échec dans les années 2000 avec les télécentres parce qu'il n'y avait pas d'humain. Là on a des lieux qui sont animés.

Comment projetez-vous le monde rural face au numérique dans les prochaines décennies ?

S. O. – C'est difficile de répondre à ce qui est de la prospective. Si on se tient à ce qui est fait maintenant, on peut se dire que l'on arrivera pas au développement numérique des territoires ruraux. Tout ce qui est basé sur de forts niveaux de compétences techniques et d'investissement de matériel, nous aurons des difficultés à offrir une attractivité. Par contre, nous voyons émerger une dynamique collaborative, des projets intéressants sur le plan des usages. Dans le monde rural, nous sommes plus soumis à la rareté, ce qui rend notre capacité de création plus élevée. C'est le cas d'Hobby Street par exemple, plateforme de partage de savoir-faire pour les entreprises de proximité, de commerce et d'artisans. C'est un projet qui ne pouvait naître qu'à la campagne et qui aujourd'hui va se déployer en ville.

Nous sommes devant une nouvelle génération qui sait travailler à distance, qui sait faire confiance. Quand elle sera aux manettes, elle s'en fichera d'être à la ville ou à la campagne. De plus, si on s'appuie sur les événements récents, les problématiques persistantes sur la sécurité, je pense qu'il peut y avoir des dynamiques de réinvestissement des territoires ruraux.

ANNEXE N°5 : La stratégie de communication digitale de l'espace de coworking Mutinerie – Analyse sémiotique complète du site Internet www.mutinerie.org, réalisée les 2 et 3 août 2016

I- Mutin des villes : une conviction au service d'un modèle économique

Lorsque nous pénétrons sur la page d'accueil du site Internet [mutinerie.org](http://www.mutinerie.org), nous pouvons remarquer deux originalités essentielles à prendre en compte :

- Le site dispose de quatre menus,
- il affiche principalement une multitude de visages,

Le titre « Mutinerie, libres ensemble » vient donner sens à ces deux éléments en leur donnant une orientation idéologique.

A- Les menus : une information délivrée dans un objectif de rentabilité

Nous pouvons distinguer quatre menus, même si les frontières sont un peu floues. La première, le top menu, tout en haut, à côté du logo, exprime l'actualité et les acteurs du site avec l'accès au blog, la page les mutins, la newsletter... Le menu principal juste en dessous semble être divisé en deux. L'un précise les services de l'espace de coworking, l'autre est constitué seulement de deux onglets : « Mutin des villes », « Mutin des champs ». Ce dernier menu laisse deviner que ce site est partitionné en deux. En laissant glisser la souris sur les onglets, « Mutin des villes » ne varie pas tandis que « Mutin des champs » prend une couleur verte. Lorsque nous cliquons sur « Mutin des villes », rien ne se produit, mais lorsque nous cliquons sur « Mutin des champs », nous quittons la page d'accueil et nous atterrissons sur : <http://www.mutinerie.org/village-homepage/#.V59RQDVhVI>. L'url est un peu sale, mais les mots à retenir sont « village » et « homepage » qui nous permettent d'identifier que le site propose une deuxième page d'accueil, et que Mutinerie nous offre une prestation différente que celle située à Paris, une nouvelle page d'accueil

comme si nous étions sur un autre site, tandis que le début de l'URL nous montre que nous sommes sur le même. Le top menu de cette page ne change pas, mais le menu principal évolue même s'il fonctionne sur le même principe, il précise les services des espaces de coworking. Ce qui est important pour l'instant à noter, c'est que nous n'avons pas une page mère nous invitant à nous diriger soit vers l'espace de coworking urbain, soit vers l'espace de coworking rural, mais bien une page d'accueil montrant l'espace de coworking urbain nous invitant soit à rester sur cet espace, soit à jeter un coup d'œil à « Mutin des champs ». Pourtant, la présence de ce petit menu sur la gauche du site laisse à penser que les deux espaces sont mis sur un même pied d'égalité. En conclusion, on peut donc dire que ce sous-menu est un ajout suite à la création d'un nouvel espace en territoire rural, que l'initiative est d'abord urbaine avant de s'étendre sur le rural. Il s'agit d'urbains qui proposent une offre rurale. La cible de Mutinerie est essentiellement urbaine, même si elle les invite à une expérimentation du coworking en territoire rural.

Le quatrième menu est plus difficile à apercevoir car cela nécessite de scroller avant de réaliser qu'il se situe sur le footer du site. Là aussi, il diffère selon que nous sommes sur « Mutin des villes » ou « Mutin des champs ». Avec deux menus différents, les auteurs du site semblent nous montrer que chacun des deux espaces de coworking a une identité propre. Avec des pages comme « Notre vision », « Qui sommes-nous ? », « Notre histoire », les auteurs semblent en effet communiquer sur l'identité du site.

Les menus sont hiérarchisés, organisés, preuve qu'il existe une véritable intention de communication : le menu le plus identifiable est le plus fonctionnel, celui qui nous invite à regarder les prestations proposées et les tarifs. L'intention est d'abord économique : il s'agit d'abord de faire de l'espace de coworking un moyen rentable. À droite du menu, un onglet en rouge intitulé « School » sort du lot comme s'il insistait sur cette prestation qui lui apparaissait comme la plus pertinente, la plus rentable peut-être, ou la plus correspondante à sa manière de voir l'espace de travail. Dans un deuxième temps, le top menu nous permet de savoir qui s'adresse à nous – les mutins – et qu'est-ce qu'ils expriment, quelles opinions – le blog. Le troisième menu, pour celui qui souhaite en savoir plus, affirme l'identité de l'espace de coworking, son histoire de marque.

B- Des visages représentant l'économie collaborative

Le corps de la page est original, car au lieu de nous montrer traditionnellement les derniers articles du blog ou les différentes prestations, Mutinerie affiche les portraits des mutins en noir et blanc, en format carré 125x125 px, alignés ainsi sur six rangées et huit colonnes. En cliquant sur chacun des portraits, des informations complémentaires prennent le pas sur trois autres portraits, formant un nouveau carré et précisant le nom et prénom du coworker, le nom de son entreprise ou de son employeur, ses compétences professionnelles. Un lien sur le prénom nous invite à en savoir un peu plus sur la page du coworker.

Les coworkers sont ici sur un pied d'égalité, à tel point qu'ils sont positionnés sur la home page d'une manière aléatoire, de sorte que, lorsqu'on la met à jour, leur emplacement change. Ainsi, il n'existe aucune forme de hiérarchie dans cet espace de coworking, comme si les coworkers étaient eux-mêmes les acteurs de cet espace. Pourtant, les fondateurs et dirigeants du coworking sont présentés dans une des pages du site, mais ils n'apparaissent absolument pas sur la page d'accueil, seulement en lien depuis la page reliée à l'onglet « Notre histoire ». De plus, on ne retrouve dans cette page ni les noms de famille des fondateurs, ni leur fonction comme les termes de « gérant », « CEO », « Président »... Le fait qu'ils soient cités – trois frères et un ami d'enfance – ne sert qu'au storytelling du site et à renforcer l'image d'une aventure fraternelle loin d'une ambition préalablement économique.

Finalement, le seul personnage à être mis en valeur est un personnage fictif : ce pirate à la barbe rousse et au chapeau de corsaire est en couleur et occupe d'emblée la taille de douze portraits non pour se présenter, mais pour présenter une vidéo, celle-ci venant expliquer l'intérêt d'un espace de coworking, le seul contenu d'ailleurs qui permet au visiteur de comprendre clairement qu'il se trouve dans un site Internet d'espaces de coworking. La communication sur cet espace restant secondaire, la figuration d'une grande solidarité entre les coworkers, l'emblème fictive d'un pirate à la barbe rousse les réunissant tous, comme une forme de communauté très soudée, donne le sentiment que pour parvenir à cet espace, il faut avoir franchi la barrière d'une initiation, en adoptant le véritable état d'esprit d'un mutin.

C- Le choix du titre et du sous titre : entre liberté, promiscuité et solidarité

Le logo du site exprimant le nom de l'espace « Mutinerie » et sa devise « Libres ensemble » donne clairement l'orientation communicationnelle du site. La liberté évoquée sonne comme une alternative à la vie du travailleur salarié sous la houlette d'un employeur. Le mot « ensemble » ajoute qu'ici, cette liberté acquise n'a pas forcément pour conséquence la solitude bien au contraire ; la multitude de portraits rangés de manière aléatoire sur un pied d'égalité évoque parfaitement bien ces deux aspects. Les auteurs du site ont donc repéré les deux besoins de leur cible : la quête d'une liberté retrouvée en communauté. Cependant, l'identité clairement affichée à travers la symbolique communautaire de la tribu de mutins pirates montre qu'un certain état d'esprit est nécessaire pour espérer entrer au-delà d'une simple collaboration professionnelle, dans la vie d'une famille. Ce frein, contrairement à ce que cela pourrait laisser paraître répond à un autre besoin de la cible, celui de se sentir solidaire, d'autant plus que la cible principale semble être l'autoentrepreneur qui se trouve dans une situation souvent inconfortable.

En conclusion, nous pouvons dire que les auteurs du site ont construit une page d'accueil autour d'une identité forte avec une conviction ancrée dans les principes du travail collaboratif. Pour autant, la mise en évidence de cette conviction ne néglige en rien l'aspect économique, au contraire, elle est orientée dans l'objectif d'attirer une certaine clientèle. Si le visiteur parcourt rapidement le site, la première chose qu'il apercevra seront les prestations proposées, les tarifs ; cette deuxième mise en valeur montre qu'un modèle économique est aussi clairement identifié. Les créateurs de Mutinerie associe conviction et rentabilité sans que les deux soient contradictoires. Ils se servent d'une conviction au profit d'une rentabilité.

II- Mutin des champs : un nouvel espace de récréation pour les travailleurs indépendants

Dans la page d'accueil du site de Mutinerie, lorsque nous cliquons sur « Mutin des champs », nous tombons comme sur un deuxième site : la couleur de fond change, nous passons du jaune au blanc, les menus diffèrent, le titre évolue, la

présentation ne concerne plus des personnes, mais un lieu. Toutefois, l'URL nous indique que nous sommes dans le même site et que la charte graphique semble similaire.

A- Les menus : l'apparence d'un site dans le site

Les menus gardent la même orientation, ils sont positionnés au même endroit, nous retrouvons les mêmes dynamiques économique, d'opinion et identitaire, mais l'intitulé de leurs onglets diffèrent. Sur « Mutin des champs », ce ne sont pas des services – au pluriel – qui sont proposés, mais d'une « offre » – au singulier. On ne parle plus d'école (« school »), mais d'« événements » pour l'onglet mis en exergue. Il n'est plus question de « tarifs », mais « d'infos pratiques », ni de location de salles, mais de privatisation. En effet, il s'agit d'une offre unique à tarif unique, avec la seule possibilité de réserver l'ensemble du domaine pour tout le week-end. Dans le menu du footer, seul l'onglet « coworking » devient « coworking rural », conduisant à une page cherchant à justifier ce projet du coworking en milieu rural. Le changement des menus montre que nous quittons le site principal pour nous proposer un autre site Internet au contenu différent, bien que les deux soient reliés par la même URL.

B- La valorisation d'un lieu comme source d'inspiration créatrice

Au cœur de la page, cette fois-ci, il ne s'agit plus d'une multitude de visages, mais d'un slider de photos en fond d'écran représentant ce qui doit être l'espace de coworking rural. L'effet est même contrastant puisqu'on nous montre des bâtis, des paysages de pleine campagne avec une absence totale d'êtres humains. Ces photos sont lumineuses, prises au cœur de l'automne. Alors que la home page du site partait sur une idée plutôt originale, nous retrouvons ici avec le slider photos en fond d'écran la même idée qu'une présentation de gîtes ou chambres d'hôte. Nous ne mettons plus en valeur des personnes, de l'humain, mais un lieu, un décor. Comme dans un site touristique, les auteurs vantent les charmes de l'ailleurs, un endroit paisible et loin de tout. L'espace de travail n'est pas visible sur ces photos, l'objectif n'est pas de montrer le travail à l'œuvre – comme d'ailleurs pour la home page pour les « Mutin

des villes » –, mais de faire valoir un espace propice à l'inspiration et à la création. A chaque fois – autant pour « Mutin des villes » que pour « Mutin des campagnes », il s'agit de parler de ce qui prélude et aide au travail, non du travail lui-même. Le mot « coworking » n'est d'ailleurs jamais vraiment mis en évidence. Sur le menu principal apparaît le mot « espace », mais pas le mot « coworking » ni « travail ». Ce ne sont pas les valeurs du travail qui sont plébiscitées, mais les valeurs propices au travail de qualité : la collaboration, l'ambiance, c'est-à-dire ce qui peut apparaître comme des sources d'inspiration créatrice.

C- Une offre touristique

Sur cette page, nous retrouvons néanmoins le personnage fictif nous présentant une vidéo. Ce personnage est le même, pirate à la barbe rousse, sauf qu'il porte un chapeau agricole et tient dans sa bouche un épis de blé.

Sa vidéo vient présenter ce qu'est Mutinerie Village, résumé par le texte du dessous comme « *un espace de création, d'apprentissage et de rencontres niché dans une douce vallée perchonne à moins de deux heures de Paris. Une ferme, quarante hectares de bois et de champs, un potager en permaculture, un fablab, des feux de bois et... internet* ». La vidéo est un clip où les invités de Mutinerie Village vivent un moment de convivialité, verre de vin à la main, mangeant, dansant, s'amusant. Nous assistons beaucoup plus à une scène festive d'Hemingway dans *Paris est une fête*, qu'à une séance de travail. La vidéo associée au texte, nous comprenons alors mieux l'utilité de ce nouvel espace qui ne sert pas tant à faire travailler qu'à donner les ressources créatives nécessaires pour le travail. On y retrouve l'utilité de la convivialité et de la rencontre pour l'émulation et l'échange. C'est un lieu suffisamment vaste pour se promener dans le calme et la sérénité, un lieu d'expérimentation où l'on retrouve associé ensemble le fablab et le potager en permaculture (c'est-à-dire adapté à son écosystème), le feu de bois (première source d'énergie, premier espace de communication) et Internet, la rusticité et la modernité, la matière brute et l'inventivité. Cette vidéo et ce texte de présentation dépassent la description d'un lieu pour celle d'un nouvel espace où se met en place une micro-société à l'instant T avec son mode de vie en autarcie (le feu de bois et la potager) tout en étant relié au monde (fablab et internet). Il s'agit bien d'un lieu de travail, mais

où, dans l'esprit, on ne travaille plus, on vit plutôt une expérience unique. A titre de comparaison, la vidéo de « mutin des villes » essayait de convaincre les travailleurs indépendants de l'utilité de l'espace de coworking en développant notamment dans le texte le sens de l'expression « libres ensemble ». La question du travail y était prépondérante. Là, tout en s'adressant à la même cible, on leur propose une offre plus touristique d'évasion en vue d'une récréation – en essayant de comprendre ce mot à la racine, c'est-à-dire l'idée d'une re-création.

III- Du travail récréatif d'urbain à l'éventualité d'un véritable projet de ruralité

A- Les autres pages : une cible parisienne identifiée

Nous nous pencherons sur tout ce qui concerne les pages du site liées à « Mutin des champs » tout en les comparant, quand cela est utile, avec les pages liées à « Mutin des villes ».

Dans les « Infos pratiques », nous comprenons mieux à qui s'adresse cet espace de coworking rural : « *En partant de Paris, il faut 1H30 pour arriver jusqu'à Mutinerie Village* ». Pas d'autres informations pour d'autres villes ou vis-à-vis de la population locale. La cible de Mutinerie Village reste donc parisienne. La ruralité du coworking est tout à fait discutable. L'idée ici n'est pas d'offrir à un territoire rural les moyens de travailler en autonomie en restant connecté au monde, l'objectif est plutôt d'offrir une nouvelle offre aux Parisiens lassés de travailler toujours dans le même décor. À travers une offre unique à 40 euros qui inclut l'espace de travail, le repas et l'hébergement, il s'agit plutôt de proposer une destination rêvée à des citoyens grisés par la vie urbaine et ses multiples contraintes. « Mutin des villes » ou « Mutin des champs », la cible reste la même. C'est pourquoi, à la différence d'autres espaces de coworking ruraux, leur modèle économique paraît cohérent au regard de leur stratégie de communication. Il est plus fiable de s'adresser à dix millions de Parisiens plutôt qu'à la petite population locale percheronne. Nous ne sommes pas dans une logique décentralisatrice, mais de déconcentration. Nous pourrions dire que Mutinerie Village est une sorte d'espace de coworking secondaire dans le sens de la maison secondaire. D'ailleurs, cela est clairement exprimé dans la page « Notre Histoire » : « *La conviction que nous avons pour avoir créé un espace de coworking est que le cadre, l'environnement est un élément déterminant de toute production*

(plus particulièrement intellectuelle). Or, si l'effervescence parisienne est bonne pour nouer des contacts, se former, s'informer et communiquer, le flux incessant d'activités rend parfois difficile la concentration, peut fatiguer moralement et ne favorise pas les échanges en profondeur. C'est pour offrir un nouveau cadre de travail permettant calme et concentration que nous avons créé Mutinerie Village, en pleine campagne percheronne ». On retrouve la même argumentation sur la page « Coworking rural ».

B- Les autres canaux digitaux : émotion et rationalité

Mutinerie Village se déploie aussi sur les réseaux sociaux Twitter¹¹⁰ et Facebook¹¹¹. Twitter est peu utilisé, un tweet toutes les deux semaines en moyenne, avec une certaine inconstance. Sont tweetées essentiellement les informations du blog et retweetées toutes les informations concernant l'économie collaborative en France et dans le monde, ainsi que des informations liées à l'innovation numérique et à la permaculture. Nous sommes dans le terrain des idées politiques et économiques. Le nombre d'abonnés n'est pas significatif (556 à la date du 3 août 2016) mais plus de 4 fois supérieurs au nombre d'abonnements (127). A titre de comparaison, le twitter @MutinerieCrew (représentant le Mutin des villes) est de 7480 abonnés (à la date du 3 août 2016) contre 1397 abonnements (plus de 5 fois supérieurs). Le nombre de tweets est équivalent à deux fois par semaine. L'investissement sur ce réseau social est donc plus important pour le coworking urbain que pour le coworking rural tandis que sur Facebook, l'investissement du coworking rural est équivalent voir plus. Sur Facebook, la stratégie de communication porte beaucoup plus sur la trame de ce qui se vit dans le lieu de travail, tandis que sur Twitter l'accent est porté sur les idées à véhiculer autour de l'espace de coworking. La stratégie est la même pour le coworking urbain. Il y a donc deux axes de communication : le premier axe jouant sur l'émotion et cherchant à exprimer l'ambiance que l'on retrouve dans les deux espaces ; le second axe jouant sur la rationalité et cherchant à convaincre du projet de société défendu. Toutefois chercher à emporter l'adhésion par l'émotion semble plus efficace que le maniement

¹¹⁰ <https://twitter.com/MutVillage>

¹¹¹ <https://www.facebook.com/mutinerievillage/?fref=ts>

des idées politiques, économiques et philosophiques, du moins sur les réseaux sociaux.

C- « Quand les freelances repeupleront les campagnes »

Sur le blog de Mutinerie, on retrouve tout de même des idées défendues sur le développement du coworking rural, notamment à travers un article du 5 mai 2016 qui défend l'idée que l'avenir du rural dépendra de ces nouveaux travailleurs du numérique : « *Quand les freelances repeupleront les campagnes* ». Dans cet article, on est loin de l'idée d'un déplacement temporaire du Parisien vers la campagne dans le but d'y travailler en toute quiétude. On imagine plutôt l'idée d'un exode urbain. Cela ressemble à une évolution de la pensée des fondateurs par rapport à leur axe de communication initiale. À travers cet article, on peut se demander si la stratégie de communication à l'œuvre n'est pas que temporaire. N'existe-t-il pas l'idée que l'espace urbain correspond à une étape de la vie tandis que l'espace rural est le lieu d'une installation durable ? En tout cas, la pensée post-industrielle donne à William, l'auteur de l'article et l'un des fondateurs de Mutinerie, la conviction que la fin du salariat – lié à l'ère industrielle et conséquemment à la ville – est le prélude d'un renouveau de la ruralité : « *L'essor des outils numériques est en train de réduire considérablement la pression centralisatrice. On peut travailler facilement à distance, posséder des outils de production numériques aussi puissants que mobiles, s'organiser de manière plus flexible et plus nomade, travailler par agrégation ponctuelle de compétence...* ». Être en campagne offre aux freelances de nombreux avantages : accès au foncier, coût de la vie inférieur, plus de facilité d'élever ses enfants... L'évolution de la pensée est peut-être due à l'expérience, au fait que « *depuis la création de Mutinerie Village il y a deux ans, déjà 6 personnes ont décidé de s'installer durablement sur place ou à proximité* ».

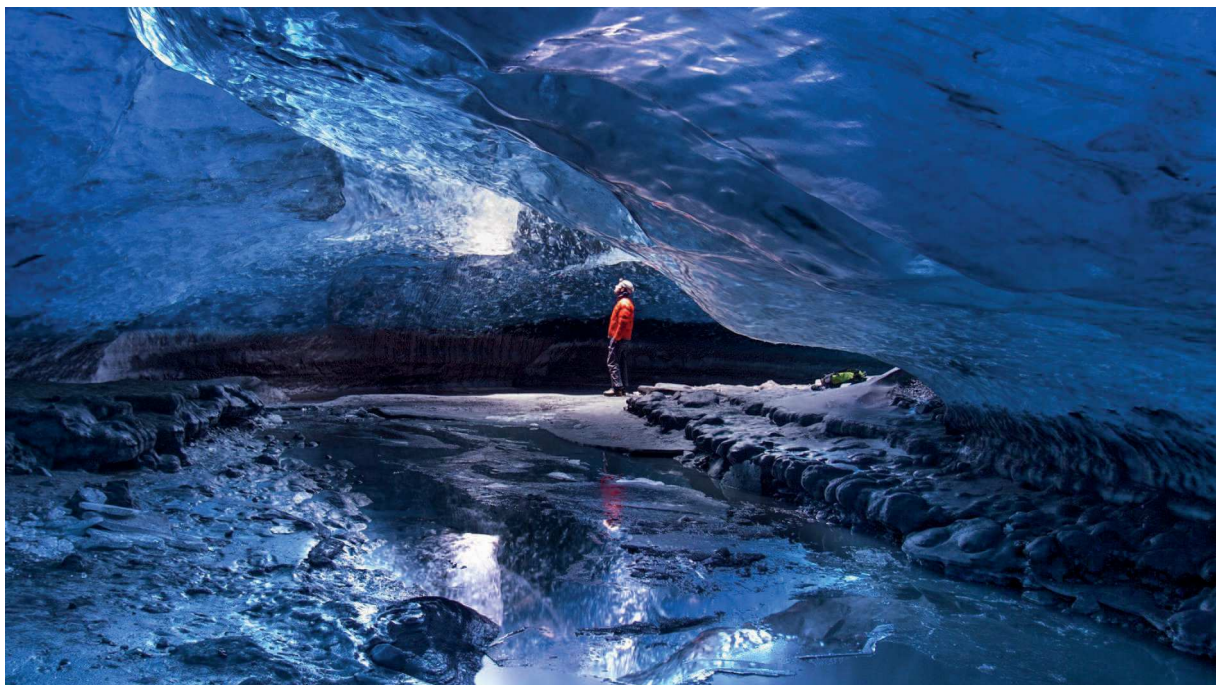
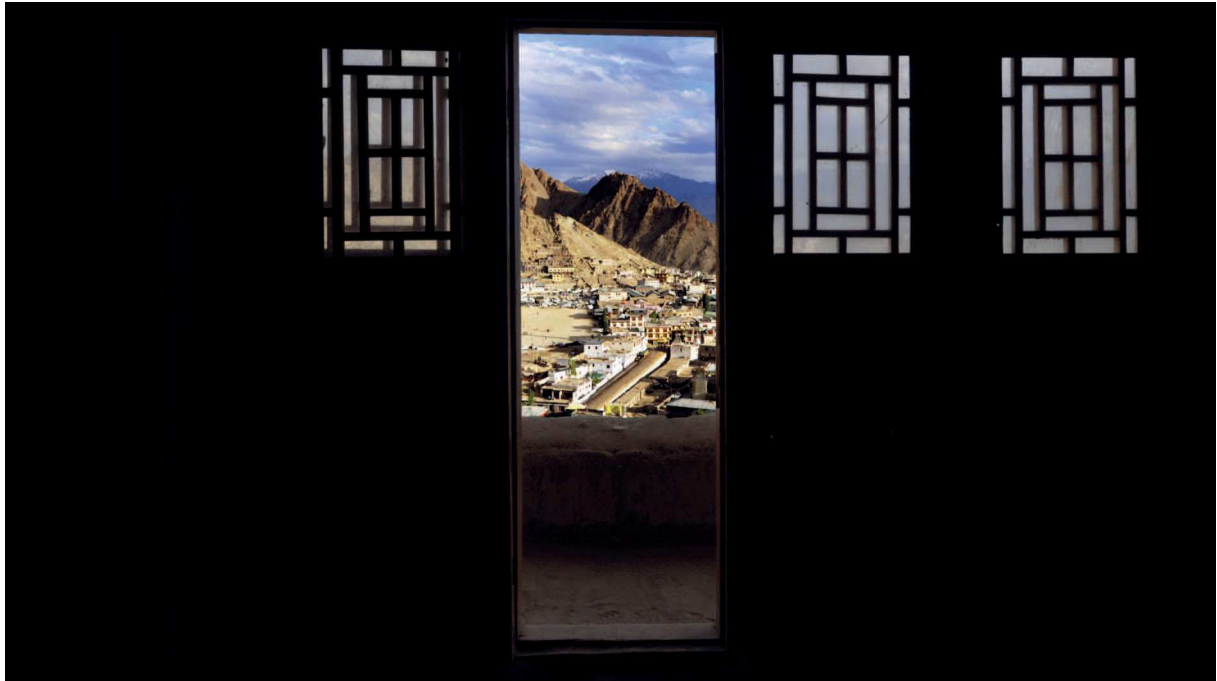
Conclusion

Mutinerie a développé toute une stratégie de communication visant à rendre lucratif un discours d'ordre idéologique. Leurs cibles sont précisément des

entrepreneurs libres, exerçant plutôt des métiers de la connaissance dans les villes, cherchant à donner un véritable sens à leur vie professionnelle, à faire en sorte que celle-ci participe à un projet de société. Le discours est idéologique parce que la cible l'est aussi, porteuse de ce projet fondé sur l'économie collaborative et l'économie numérique. L'espace de coworking rural serait cet espace de créativité et de chaleur humaine où les coworkers expérimenteraient parfaitement, dans un huit clos, la société idéale où se mêlent liberté, échange et inspiration. Loin du monde et connecté sont les deux promesses apparemment contradictoires de Mutinerie Village. L'espace de coworking est présenté comme un lieu d'évasion touristique qui propose à la fois week-end à la campagne et lieu de stimulation intellectuelle. Il s'agit d'un remède au stress de la ville, en particulier au stress parisien. En revanche, l'idée d'une participation au développement du territoire sur lequel l'espace est installé semble plus floue. Loin du monde signifie aussi loin des hommes, de la population parisienne, mais aussi de la population locale. Les photos qui nous sont présentées sont la plupart vides de toute population, sinon des coworkers eux-mêmes. Mutinerie étant aussi un laboratoire d'idées, il semble qu'il y ait une inflexion de la pensée en faveur d'un enracinement dans la localité sur laquelle ils se trouvent. L'article cité plus haut montre qu'une conviction émerge d'un renouveau des territoires ruraux. De plus, sur la page Facebook, on trouve la présence des coworkers à la fête du village pour le 14 juillet 2016, une expédition à cheval avec les écuries de Saint Victor, autant d'indices d'une participation à la vie du territoire local. Mutinerie Village n'est pas seulement un lieu d'exil.

Pourquoi l'idéologie est-elle si importante dans le cadre des tiers lieux de travail en milieu rural ? Le sujet est lui-même idéologique. Parler du mode de travail alors que celui-ci est aujourd'hui totalement bousculé par la nouvelle économie numérique, parler du devenir d'un territoire en fonction de ses possibles réalisations, puis unifier ces deux préoccupations nécessitent au préalable une certaine vision prospectiviste qui appelle des présupposés philosophiques et politiques. Le discours, même s'il est orienté « business », ira forcément puiser dans le vivier des idées fondatrices. Enfin, plus le changement opéré dans la vie du consommateur de ces espaces de travail sera importante, plus il y aura une orientation idéologique du discours visant à aider le consommateur à justifier sa décision. La prise de décision fondamentale comme changer de fonctionnement de travail dans un cadre totalement différent nécessite d'être soutenu par une impulsion de fond la motivant.

ANNEXE N°6 : Sélection de photographies exposées au démarrage du système d'exploitation Windows 10.

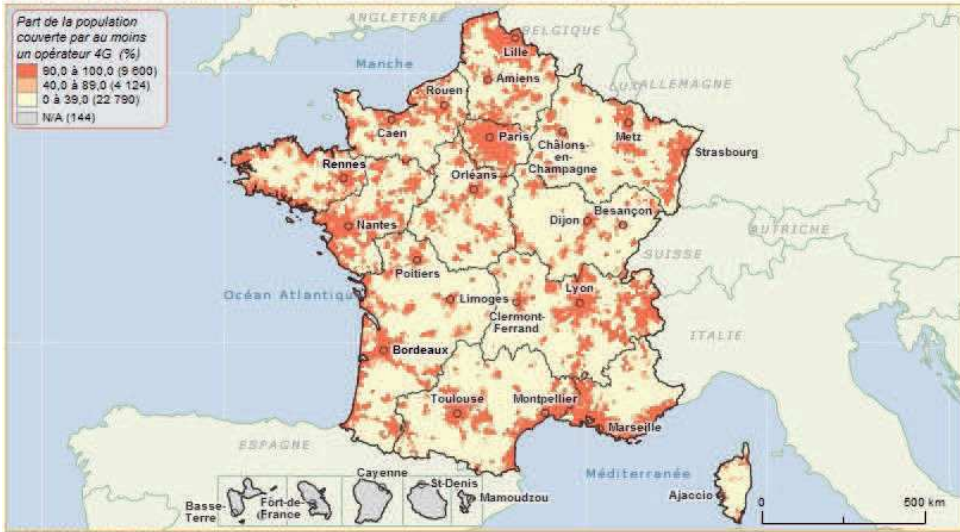




ANNEXE N°7 : Cartes du Commissariat général à l'égalité des territoires représentant l'état de la couverture ADSL en 2015, la couverture en téléphonie mobile en 2014 ainsi qu'une typologie des espaces ruraux de la France en 1999.



Part de la population couverte par au moins un opérateur 4G - source - ARCEP - décembre 2014



Résumé

Quel avenir donner aux territoires ruraux face à la double révolution du numérique et de l'emploi ? Quelles sont leurs perspectives d'évolution, quand traditionnellement l'image d'Épinal d'espaces figés dominant encore dans les pensées ? Sont-ils les oubliés de la société post-industrielle qui se dessine, comme ils l'ont été lors des révolutions industrielles ? Il se pourrait bien que non et bien au contraire rétablir un équilibre démographique entre les villes et les campagnes. Le processus est déjà en marche. Ce mémoire aborde la manière concrète dont les territoires ruraux en France réduisent la fracture numérique tant dans l'aspect technologique que dans celui des usages. Il montre en quoi le travail rural bénéficie considérablement de l'apport des nouvelles technologies numériques. Celles-ci favorisent le travail à distance, proposent de nouveaux espaces de travail, tels que les espaces de coworking et les tiers-lieux de travail, et permettent à chaque secteur d'activité de connaître un progrès jamais égalé, comme on peut le voir dans le secteur de l'agriculture et du tourisme. Enfin, ce mémoire interroge le rôle de l'Europe, de l'Etat et des collectivités face au constat indéniable de l'opportunité suscitée par le numérique en matière de désenclavement. Devant cet immense chantier, un choix de politique d'aménagement du territoire doit être fait entre les tenants d'une harmonisation et ceux d'une métropolisation du territoire.

Mots-clefs

Espace de coworking, développement numérique, territoires ruraux, marketing territorial, tiers-lieu de travail, économie numérique,