

POUR DES SYSTÈMES D'INFORMATION TERRITORIAUX PERFORMANTS



«Smart Region»; «Smart City»; «Smart Village»... Depuis plusieurs années, l'adjectif «Smart» se décline à toutes les échelles géographiques. Cette appellation vise, en fait, à mobiliser les technologies de l'information et de la communication (TIC) sur un territoire donné. Ceci pour renforcer la qualité des services publics ou privés aux entreprises, à la population, pour rendre la gestion des flux plus efficace, etc.

Si l'apparition de cet adjectif est concomitante du processus de numérisation de nos sociétés, que révèle-t-il réellement? Le terme de «territoire intelligent» est-il simplement une promesse technologique de nature commerciale adressée aux collectivités publiques? Exprime-t-il un passé et un présent mâtinés de «stupidité collective» que les prouesses numériques permettraient de corriger? De même, l'apparition récente du concept d'«intelligence économique territoriale» dans la littérature scientifique ne serait-elle pas le symptôme d'un problème récent qu'il s'agirait de résoudre?

L'appellation «smart» vise à mobiliser les technologies de l'information et de la communication (TIC) sur un territoire donné

C'est cette dernière interrogation que cet article explore¹. Celui-ci part du constat que, depuis l'émergence des TIC, jamais les entreprises, les ménages et les collectivités publiques n'ont bénéficié d'informations aussi précises sur les choses, tandis que depuis une trentaine d'années les informations sur les personnes morales et les personnes physiques se sont fortement dégradées.

Cette dégradation peut se voir comme un danger pour le développement et la résilience économique des territoires. En effet, la production et la distribution d'informations territoriales sur les entreprises conditionnent la multiplication de liens locaux indispensables au développement des clusters et autres milieux innovateurs.

PROFUSION DE L'INFORMATION SUR LES CHOSSES

Si l'on recherche des informations sur les choses, il suffit aujourd'hui de parcourir les systèmes d'informations géographiques de la Confédération et des cantons pour obtenir un descriptif détaillé et gratuit de chaque construction, chaque parcelle, chaque zone. On y trouvera également des données sur les spécificités géologiques des territoires, sur le potentiel énergétique de la biomasse de chaque commune, sur la production annuelle des éoliennes, etc.

Si tel n'était pas le but du législateur, la loi fédérale sur la protection des données en 1992 a induit un effet de rareté sur les informations relatives aux entreprises. L'abandon du recensement de la population suisse par l'Office fédéral de la statistique (OFS) et son remplacement par une enquête annuelle portant sur un échantillonnage aléatoire de 200 000 habitants à partir de 2011² a rendu quasiment illisibles les spécificités socio-démographiques de territoires peu peuplés. Enfin, l'accès aux données statistiques de l'OFS portant sur les entreprises et leur publication a été fortement restreint par la loi fédérale précitée. Idem pour les informations portant sur la population. Si, en théorie, les collectivités publiques ont un accès complet à de telles données, elles ne les mobilisent généralement pas, par manque de ressources humaines ou par ignorance de leur existence. Ces ressources statistiques seraient pourtant très utiles dans le cadre de révisions de plans d'aménagement locaux ou régionaux; elles seraient également très précieuses dans la définition de stratégies de développement économique territorial.

¹ Le contenu de cet article provient d'une recherche appliquée réalisée dans l'Arc jurassien. Celle-ci fait l'objet d'un article scientifique à paraître prochainement: Nicolas Babey, «Systèmes d'information et développement territorial dans l'Arc jurassien», *Revue Politiques et Management Public*, 38/1-2, janvier-juin 2021.

² Cette enquête annuelle se nomme «Relevé structurel de la population» (OFS).

RARÉFACTION DE L'INFORMATION SUR LES ENTREPRISES

Les entreprises privées n'ont légalement qu'un accès limité, de faible granularité, à ces données statistiques. Celles-ci ne leur sont d'aucune utilité pour rechercher des fournisseurs ou des services régionaux. À l'instar des ménages, les entreprises se tournent du côté des moteurs de recherche pour identifier les ressources qui leur sont nécessaires. Cependant, les moteurs de recherche, comme toute plateforme de «matchmaking», organisent une autre forme de rareté en transformant l'accès à l'information en marchandise: la visibilité se monnaie. L'accès à l'ensemble des ressources sur un territoire donné disparaît. Ce processus de raréfaction de l'information paraît d'autant plus frappant que le territoire formé par les cantons de Neuchâtel, du Jura et du Jura bernois a disposé d'annuaires – en particulier l'«indicateur Davoine» – d'une très grande précision, pendant plus d'un siècle. Ces annuaires ont tous disparu à la fin du XX^e siècle.

La Chambre d'économie publique du Jura bernois (CEP) et les chambres de commerce et de l'industrie des cantons de Neuchâtel et du Jura jouent un rôle historique et essentiel de plateforme, de mise en réseau des acteurs économiques régionaux. Cependant, aux yeux de l'Institut du Management des villes et du territoire (IMVT) de la HEG Arc, l'importance des systèmes d'information dans la création de synergie est insuffisante. Certes, les chambres de commerce de Suisse collaborent au développement de «Swissfirms», une plateforme de rencontre entre entreprises. Mais celle-ci dispose d'un stock d'informations faible (environ 15 000 entreprises en Suisse) et de critères de recherche reposant sur un nombre très limité de secteurs économiques: 21 types établis sur la Nomenclature générale des activités économiques (OFS). L'indicateur Davoine en comptait plus de 700 en 1969...

DES SOLUTIONS EXISTENT

Et pourtant... Il est techniquement possible de construire des systèmes d'information économique régionaux exhaustifs, établis sur un modèle d'affaires différent des plateformes de rencontres actuelles, et respectant les normes de la loi fédérale sur les données.

L'IMVT a d'ailleurs réalisé un prototype afin d'en démontrer la faisabilité. La curiosité de quelques entreprises régionales et de décideurs institutionnels à l'égard d'un thème «smart» a d'ailleurs déjà été piquée. À l'heure du e-commerce et de la déterritorialisation des activités économiques, il s'agit en effet d'une brûlante actualité.

NICOLAS BABEY

Doyen de l'Institut du Management des villes et du territoire de la Haute École de gestion Arc