

Proximité et société de l'information.

« Services de proximité », « management de proximité », « médias et informations de proximité », « espaces numériques de proximité », « enseignement à distance de proximité » ... Politiques, entreprises, services des administrations, de la formation, de la santé précisent par là leur préoccupation manifeste de se rapprocher de leurs cibles.¹

La démocratisation du réseau - ce « village mondial » - et les outils de communication offrent de nouvelles possibilités de réduction des distances des échanges. En même temps, on sait que la grande majorité des communications conserve un caractère local. Comment aujourd'hui comprendre alors cette recherche de proximité ?

Cet article souhaite, sur la base de la conférence Capio², éclairer l'emploi de ce terme, dont on sent intuitivement qu'il dépasse les frontières géographiques et temporelles : comment l'appréhender aujourd'hui ? Comment les projets la mettent-ils en oeuvre ?

En somme, **dans la société de l'information, que recouvre aujourd'hui la notion de proximité ?**

Sommaire

1.Le sens de la proximité : du lieu au lien.	2
2.Organisation de la proximité	2
3.Création de proximité dans des projets	4
1.La carte de vie quotidienne (CVQ) : des services sur un territoire.....	4
2.L'emploi : une base nationale a-territoriale et a-sectorielle pour un service de proximité géographique et ciblé.	4
3.Proximité des services publics.....	4
4.Les communautés de pratiques de Schneider : auto-gérées mais participant à l'activité du groupe.	5
5.L'expérience danoise : la proximité directe entre les membres d'une équipe.	5
4.Sentiment de proximité dans la société de l'information	6
5.Ouverture : la géographie des proximités de l'information Internet	7

1 La précision « de proximité » fait l'objet d'une abondante littérature depuis plusieurs années et de nombreuses recherches, en témoigne l'organisation des « Journées de la proximité », dont les contributions des troisièmes et quatrièmes éditions sont consultables en ligne :

Les troisièmes journées de la proximité : <http://www.jm.u-psud.fr/~adis/rubriques/p/proxi7.htm>

Les quatrièmes journées de la proximité : <http://139.124.177.94/proxim/papers.php?sort=title>

2 Le document de présentation Capio de la conférence est téléchargeable sur le site www.renupi.org

1. Le sens de la proximité : du lieu au lien.

L'emploi du terme « proximité » fait référence à plusieurs champs sémantiques et significatifs : on peut « être proche de » mais aussi « se sentir proche de ».

L'acceptation courante renvoie la proximité à une distance géographique, quantitativement mesurable.

Elle s'emploie aussi pour signaler une relation particulière perçue et vécue (reconnaissance identitaire, culturelle, linguistique, idéologique, commerciale). Les individus appliquent à « ce qui leur est proche » un jugement de valeur et marquent ainsi ce qui est important ou non pour eux.³ Ces représentations de la proximité (dite organisationnelle) renvoient à des liens relationnels et sociaux. La question est donc moins de regarder la proximité en terme de localisation/délocalisation que de s'interroger sur la nature, le sens, l'utilité et l'intensité de ces liens, qualitatifs et subjectifs.

La proximité ne peut être comprise sous un unique paramètre : ce n'est pas parce que je suis voisin de quelqu'un que je vais m'en sentir proche. La proximité physique ou temporelle, pour devenir une proximité ressentie, se complète par un ou plusieurs autres liens (familial, organisationnel, institutionnel, culturel...).

Le territoire d'un individu ou d'une organisation se compose alors de l'ensemble de ces proximités, choisies ou subies.

La précision « de proximité » suppose également une continuité temporelle de la relation, du service et comporte, voire se confond, alors intrinsèquement à l'idée d'engagement, de confiance. Si dans une relation personnelle, la proximité familiale, amicale précède souvent l'engagement, dans le cas d'une relation de service, l'engagement servira et autorisera la proximité.

L'intervention de services, tels que les transports ou le téléphone, peut alors chercher à réduire une distance objective, temporelle ou spatiale, mais un service de proximité sera ressenti comme proche par le client s'il répond à ses attentes ou contraintes personnelles. Il ne s'agit alors plus simplement de réduire une distance temporelle ou géographique mais d'adapter, de modifier la réalité vécue par la cible considérée. La satisfaction se mesure dans la capacité de réponse à cette demande multi-formes et personnalisée : les proximités sont relatives.⁴

2. Organisation de la proximité.

En réduisant les distances, les progrès technologiques émancipent des modèles d'organisation relationnelle entre les membres d'un ensemble :

A l'opposé d'une relation où la présence physique (et donc la **proximité géographique**) importe, on trouve les organisations en **réseau médiatisé**.

3 Extrait de « **Stratégie de l'information sur l'euro** » : « ... Les informations seront plus crédibles venant des autorités régionales et locales que venant d'institutions lointaines. Mais une telle proximité implique l'engagement de ressources humaines qui serviront comme points de contact »
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/fr/lvb/l25050.htm>

4 Pour approfondir les relations entre proximité, territoire et service, on pourra consulter le document « **Approche systémique de la proximité : définition et discussion** », Gael Le Boulch, Paris Dauphine, 20p, PDF
<http://www.dauphine.fr/crepa/ArticleCahierRecherche/Articles/GaelLeBoulch/GLBjourneesprox.pdf>

A défaut de s'appuyer sur des **liens historiques**, une culture commune, une relation peut s'appuyer sur un **objectif ou un projet commun**.⁵

Les proximités historiques et géographiques caractérisent souvent mieux les entreprises locales et familiales⁶. Les start-up et communautés virtuelles s'appuient sur un objet commun et fonctionnent davantage en mode réseau.⁷

La diaspora se caractérise par une relation de réseau, résistant à un éloignement physique, mais avec une histoire commune, une similitude, alors que dans le club de pétanque, la proximité géographique et l'objectif du jeu prévalent.

Selon le type de proximité entretenue (géographique, institutionnel/historique, organisation – réseau ou projet), l'emploi d'un outil de communication se montrera, ou non, opportun. Ces dimensions relationnelles s'avèrent bien souvent superposables et non substituables.⁸ De nombreuses études montrent la complémentarité et le renforcement mutuel des liens existant (et donc des outils de

5 Pour approfondir l'analyse des relations entre proximité et localisation des organisations, on pourra consulter le document « **Proximité et localisation** », Alain Rallet et André Torre, <http://matisse.univ-paris1.fr/econ-indus/EI040109.pdf>, PDF, 17p.

6 Pour approfondir la question du poids de la proximité dans les PME et les petites structures, on pourra consulter :

1) Les travaux d'Olivier Torrès pour qui "plus la taille est petite, plus les effets de proximité sont forts". "Si les spécificités des PME sont multiples, elles se caractérisent par un point commun : la proximité. Plusieurs résultats font nettement ressortir l'importance des effets de proximité dans les petites et toutes petites entreprises." **Petitesse des entreprises et gestion du personnel : le rôle central de la proximité**, Olivier Torrès, page 58.

http://www.portailpme.fr/html/observ/telecharger/Gestion_du_personnel_et%20de_1_emploi.pdf

2) « **PME, TIC et prestataires de service dans le développement de communications distantes : questions de proximité et de confiance** », Martine Boutary et Anne Mayère, 2004, 17p, PDF, http://www.resercongress2004.iut-tlse3.fr/Communications/24_S3_Boutary&Mayere.pdf

7 « Dans la relation distante, c'est davantage l'idée qui crée le lien, la relation, alors que dans une relation de proximité géographique, la relation prédomine pour créer de l'idée [...] On aurait pu penser que le formidable développement des moyens de communications depuis plus d'un siècle, en abolissant les distances, sonnerait le glas de tels modes d'organisation. Les entreprises, capables de travailler en temps réel avec leurs équipes basées à Sydney, Tokyo, Londres et Buenos Aires, auraient été capables de s'affranchir des liens de proximité existant dans ces agglomérations industrielles. Mais la réalité du développement économique aujourd'hui contredit radicalement cette idée. Le modèle des clusters, que Michael Porter définit comme « un groupe d'entreprises et d'institutions partageant un même domaine de compétences, proches géographiquement, reliées entre elles et complémentaires », se trouve en fait au coeur du développement économique. » Extrait de **Pour un écosystème de la croissance**, Rapport Blanc, 2004

http://recherche-en-danger.apinc.org/IMG/pdf/rapport_blanc.pdf

8 « [...] Au premier abord, on pourrait penser que les TIC rendent la proximité physique obsolète dans les échanges d'information et que ces activités [fortement utilisatrices en information] peuvent en conséquence se délocaliser à leur guise [...] Pourtant, de nombreuses études empiriques montrent un renforcement de la concentration de ces activités [...] L'explication de ce phénomène résiderait essentiellement dans le caractère tacite, non codifiable, d'une bonne partie de l'information; la proximité entre les agents, le 'face-to-face contact' et l'émulation sont indispensables pour l'obtention de l'information. » **Dynamique géographique de l'emploi en Belgique - Déterminants et impact des TIC**.

http://www.plan.be/websites/wp0321/fr/html_books/52.html

la proximité physique et à distance), tant dans les relations personnelles et familiales intenses⁹ que professionnelles¹⁰.

3. Création de proximité dans des projets.

1. La carte de vie quotidienne (CVQ) : des services sur un territoire.

La CVQ cherche à apporter au citoyen un service d'accès simplifié à des informations ou des droits. Ses proximités sont multiples : temporelle (elle répond à des besoins quotidiens), géographique (la zone physique des services est limitée) et personnelle (pour être efficace et utile, elle doit inscrire au centre de ses préoccupations les besoins de la cible identifiée qu'il soit citoyen, touriste, scolaire...).

⇒ La CVQ implique une coordination en amont entre des acteurs qui ne travaillent pas ensemble habituellement. Pour être proche de leurs cibles, ils doivent établir des partenariats, des liens technologiques et informationnels.

2. L'emploi : une base nationale a-territoriale et a-sectorielle pour un service de proximité géographique et ciblé.

Pendant longtemps, l'ANPE entretenait une proximité physique avec les demandeurs d'emploi. L'introduction de services « à distance » rapproche l'offre et la demande d'emploi, entraînant de nouvelles relations et de nouveaux services.

Le demandeur d'emploi recherche par affinités géographiques ou sectorielles, crée sa propre alerte, il accède à une offre relative à ses projets professionnel et personnel.

L'entreprise dispose également d'un environnement personnalisé : présentation de l'entreprise, dépôt des offres et accès à des services d'aide à sa recherche.

⇒ Ces services « sur mesure » impliquent en amont la constitution d'une base de données nationale, standardisée et élargie à des partenaires. C'est à partir de cette base, a-territoriale et a-sectorielle, que les acteurs, particuliers comme les ANPE locales, se re-crément leurs propres proximités, à géométrie variable.¹¹

3. Proximité des services publics

La proximité des services publics concerne aujourd'hui autant les territoires numériques que physiques (EPN, maisons de services publics). Dans les deux cas, le repère de l'administré - sa porte

9 "Un interlocuteur sur deux vit à moins de 10 kilomètres. A la proximité affective qui caractérise la sociabilité téléphonique, s'ajoute une très grande proximité géographique du réseau d'interlocuteurs. En effet, bien que médiatisé et affranchi des contraintes de distance physique, le lien téléphonique ne favorise pas l'entretien de contacts lointains."

Extrait de l'étude sur les relations téléphoniques (lignes fixes) : « **Le téléphone : un facteur d'intégration sociale** », INSEE 2001, Carole-Anne Rivière, 30p, PDF, http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ES345A.pdf

10 Pour une approche comparative du rôle de la proximité physique dans une dynamique économique, on pourra consulter le document : « **Proximité, réseaux et organisation collective du travail : dynamisme économique et identité collective dans les « districts technologiques** », Yan DALLA PRIA, 2004, 10p, PDF. <http://139.124.177.94/proxim/viewpaper.php?id=212>

11 Les étapes de la restructuration en service de proximité des bibliothèques de l'Hérault - les nécessaires réorganisations locale et territoriale, l'interaction avec un réseau plus global, la politique partenariale et la volonté d'engagement - sont relatées dans le document : « **De la proximité subie à la proximité choisie, dossier Bibliothèques et proximité.** », Bulletin des bibliothèques de France, 2004 http://bbf.enssib.fr/bbf/html/2004_49_2/2004-2-p44-paris.xml.asp

d'entrée - reste géographique, et bien souvent communal.¹² Dans les deux cas également, le sentiment de proximité est ressenti si l'accès est à la fois proche (en kilomètres, en nombre de clique) et facile, à charge pour l'administration d'installer des facilitateurs, qu'ils soient matérialisés par des liens de co-marquage ou des médiateurs/animateurs.

⇒ Comme pour les expériences précédentes, «la logique de réseau conditionne le redéploiement du service public en proximité» : sans base de données unifiée, l'accès aux services risque une complexité et une obsolescence la rendant caduque et inutilisable.¹³

4. Les communautés de pratiques de Schneider : auto-gérées mais participant à l'activité du groupe.

Les communautés, parce qu'elles s'appuient sur une identité, une ressemblance, sont souvent menacées d'isolement.¹⁴ Schneider pallie à ce risque en organisant l'intégration de la production de ses communautés à celles de l'intranet officiel. Si elles choisissent d'installer leurs espaces, leurs outils, définissent leurs règles de fonctionnement, elles sont alimentées par des documents du groupe qu'elles intègrent et complètent. Ces productions sont ensuite réinjectées et diffusées au sein de l'intranet Schneider, après relecture et formalisation.

⇒ Organisation des liens et valorisation, notamment des savoirs tacites, maintiennent les identités des communautés tout en renforçant le sentiment d'appartenance au groupe.

5. L'expérience danoise : la proximité directe entre les membres d'une équipe.

Dantherm HMS, entreprise danoise, expérimente la «proximité collective». Les équipes, formées de 12 à 14 salariés, fonctionnent sans manager fixe. Les tâches du manager sont réparties entre les membres de l'équipe. Chaque salarié occupe une mission distincte à chaque projet.

⇒ Ici encore, la proximité est fabriquée, non plus par un seul manager, mais à plusieurs, en jouant sur la responsabilisation et la logique de similitude. Le dispositif est soutenu par des référentiels, des évaluations et une capitalisation.

Les perceptions et attentes autour de la notion de proximité sont diverses. Elles impliquent, au final, la mise en place de systèmes plus complexes qu'un objectif de réduction de la distance géographique et une attention particulière aux proximités recherchées par le sujet que l'on souhaite intégrer.

Un citoyen, un administré se sentira proche d'une administration si elle lui simplifie ses démarches, si elle lui semble accessible et compréhensible. La proximité repose alors sur une personnalisation du

12 En témoigne l'enquête menée en Picardie sur le **sentiment de proximité des échelons institutionnels** qui recouvrent les découpages géographiques, «la commune est plus proche que l'état» : <http://www.picardie.fr/picardie2015/infocom/enquetes/p206.html>.

13 «Le service public de proximité doit permettre le renforcement du lien entre l'administration et les habitants, en proposant un accès local facilité à tous les services via les TIC, par une fonction d'accueil spécialisé et individualisé» : extrait de la journée "**Le Service de Proximité et l'AMI Public**" 2004, Tourcoing. <http://epnologues.free.fr/AMIPublic.htm>

14 "Des enquêtes auprès des communautés permettent de cerner la prégnance de la proximité institutionnelle [celle-ci repose sur l'éthique hacker et fonde un lien social fort se matérialisant au travers d'un ensemble de règles et de normes tacites, dont le sentiment d'appartenance à une communauté], qui autorise un relâchement des deux autres formes de proximité : géographique et organisationnelle" [...] " Plus qu'un déterminisme technologique, l'utilisation massive des technologies de l'information et de la communication, c'est cette force du lien social que l'on peut considérer comme explicative de cette singularité d'un travail collectif coordonné à distance." Extrait de «**Les communautés virtuelles : la coordination sans proximité ? Réflexion sur les fondements de la coopération au sein des communautés du logiciel libre**», Marie CORIS, Yannick LUNG, 2004, 20p, PDF, <http://139.124.177.94/proxim/viewpaper.php?id=163>

service, impliquant pour les administrations l'instauration de partenariats et un maillage territorial. Un chercheur d'emploi entendra un service de proximité s'il a accès à une réponse personnalisée, impliquant en amont une organisation globale et des solutions standardisées.

Dans le cas des adhérents à une communauté de pratique ou du management, la proximité se construit sur l'appartenance, la valorisation, l'intégration.

4. Sentiment de proximité dans la société de l'information

Avec les outils de la société de l'information, les relations avec des proches s'affranchissent des poids de la géographie et renouvellent les possibilités de rencontres de réseaux d'affinités.

⇒ Les dimensions de la proximité sont **multiples** : la proximité interroge à la fois des liens organisationnels (sociaux, relationnels) et géographiques¹⁵ ou temporels. A la géographie des distances s'ajoute une géographie des échanges, on passe du lieu au lien.

⇒ Ces proximités sont ressenties, relatives et **subjectives**. On passe d'une proximité naturelle, physique à une proximité de plus en plus **choisie, volontaire**. L'individu choisit de plus en plus librement d'adhérer ou non à un service. Les liens formant le sentiment de proximité se superposent, et par conséquent les outils d'entretien de cette proximité aussi. L'ensemble de ces liens forme son **territoire**.

⇒ Les services interviennent pour réduire ces distances, en faciliter l'accès. Ils viennent **modifier la réalité de la distance perçue** par un individu. Son efficacité se mesure en terme de **service rendu**^{16 17 18}. Cette **proximité se fabrique** : elle se pense, se construit et ses modalités de construction influent sur la proximité (la qualité) ressentie par la cible.¹⁹

15 Il semble également important de préciser que la **mobilité** des personnes et des outils ajoute une dimension relative et mouvante au poids de la proximité géographique.

16 Lorsque, en 2003, la SOFRES et BearingPoint font **évaluer la satisfaction ressentie de 85 entreprises** publiques et privées, auprès de 4000 clients, l'évaluation portent sur 3 dimensions : la proximité physique (accessibilité / qualité d'un contact), la proximité psychologique (réactivité ; traitement des réclamations/service après-vente ; capacité à répondre aux besoins) et la proximité affective (capacité à innover/surprendre et à récompenser la fidélité). http://www.bearingpoint.fr/content/news/6_974.htm
« L'étude révèle que l'ensemble des critères de " proximité physique " expliquent 50% de la satisfaction globale ; les critères de " proximité psychologique " 40% ; et les critères relatifs à la " proximité affective " 10%. »

17 Sur le site de la coordination nationale pour la défense des hôpitaux de proximité, le document, « **Les services de proximité** » résume les analyses de sociologues et économistes autour de cette notion. Il revient sur les dimensions et les freins au développement de ces services en France. <http://www.coordination-nationale.org/pdf/Les%20services%20de%20proximit%e9.pdf>, 2004, PDF, 4p.

18 Pour une illustration régionale du « **service rendu** » par un site de e-commerce, on pourra lire l'interview du directeur de l'entreprise aquarelle.com : « Le bouquet composé à la demande est ainsi photographié avant d'être emballé; l'image est référencée et envoyée par e-mail au client. Il peut ainsi visualiser le bouquet offert. Nous proposons également des "petits plus" appréciés de nos clients tels que l'envoi d'un message gravé sur CD (vous déposez votre message sur un serveur vocal), et la possibilité de joindre une photo. » <http://www.e-quadra.com/aquarelle.htm>

19 Extrait de « **A la découverte du client. Gérer la proximité via différents canaux de la relation commerciale** » : « Un des éléments saillants de cette analyse est que la distinction entre relations médiatisées et face-à-face joue, en tant que telle, un rôle moins important que ce que l'on pense généralement. Dans les trois situations décrites dans cet article, n'apparaît donc pas, d'un côté, l'univers de la proximité incarné par la

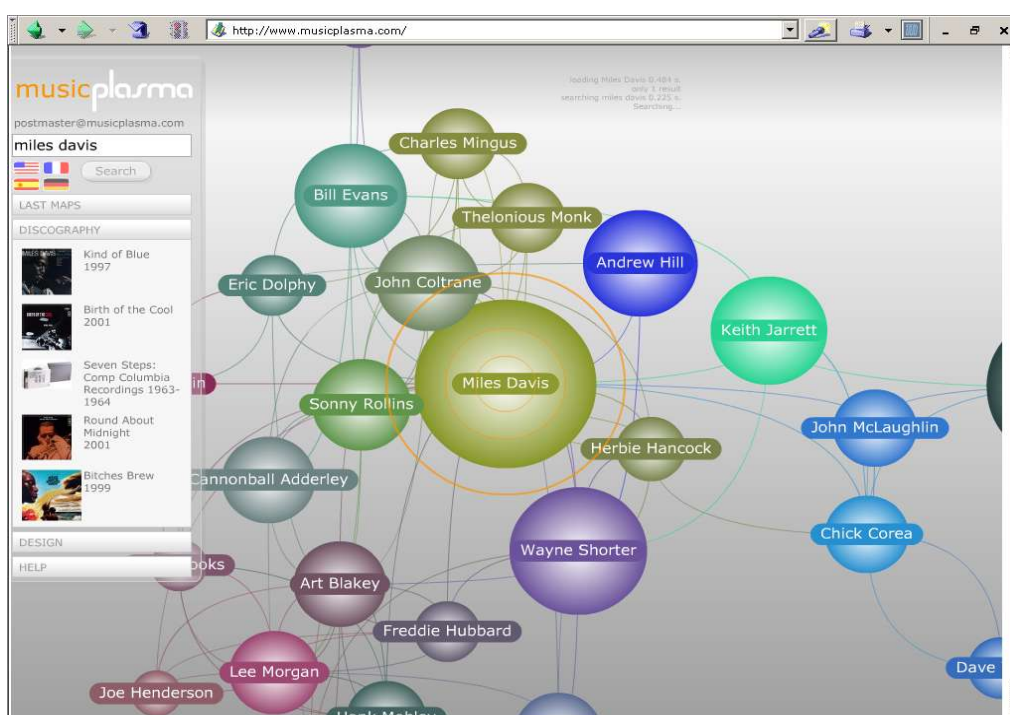
5. Ouverture : la géographie des proximités de l'information Internet

Nous sommes habitués aux cartes routières. En traçant sur un plan les distances kilométriques entre plusieurs villes ou points physiques, elles facilitent nos déplacements et nous offrent une vue globale des implantations humaines et du réseau routier. Les cartes de l'Internet restent à construire. Elles orienteront nos déplacements dans l'espace informationnel. Les tentatives de cartographie de l'information tendent aujourd'hui à se multiplier et à se décliner en domaine spécialisé. Nous vous en proposons ci-dessous deux illustrations.

➤ La proximité artistique

Le premier exemple intervient dans un domaine bien connu de l'internet : la musique. L'internaute précise le nom d'un artiste qu'il affectionne dans le moteur de recherche du site internet www.musicplasma.com. Musicplasma dessine l'environnement musical de cet artiste, autrement dit les liens de proximité qu'entretient cet artiste dans l'univers musical de l'information internet.

Si vous recherchez Miles Davis vous obtenez la représentation ci-dessous de ses liens, selon musicplasma. ²⁰



boutique et ses relations en face à face et, de l'autre, les relations géographiquement à distance où en aucune manière une gestion de proximité ne serait possible. *Ce qui semble déterminant en revanche dans la gestion de la distance, c'est la disponibilité des ressources qui permettent d'articuler la tenue d'un engagement entre les personnes et la production d'informations nouvelles concernant le sens de leur rencontre.* Les possibilités d'entrelacement entre les médias (et par exemple la possibilité de finir ou de vérifier en boutique une interaction entamée au 1014 et réciproquement) constituent également à n'en pas douter une force organisationnelle sur laquelle reposent les relations de proximité. »Emmanuel Kessous, Alexandre Mallard, Céline Mounier, France Télécom R&D.

http://www.resercongress2004.iut-tlse3.fr/Communications/23_S7_Kessous&Mallard&Mounier.pdf

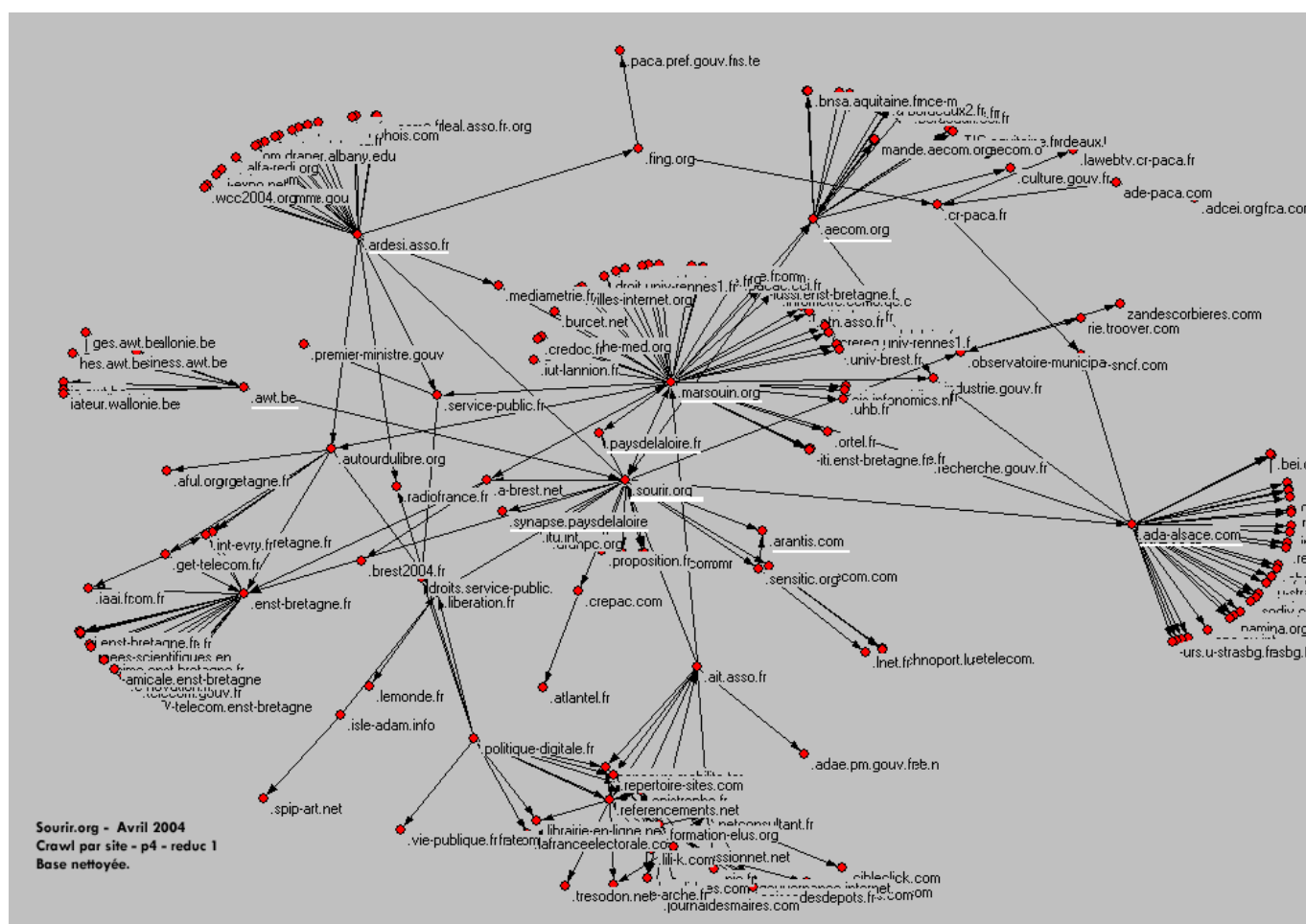
20 Pour en savoir plus, vous pouvez consulter l'article de 01net.com <http://www.01net.com/article/237161.html>

➤ La proximité des liens hypertextes

Le second exemple ²¹ photographie l'environnement d'un ou plusieurs sites Internet, via les liens hypertextes fabriqués par les auteurs du site.

Précautions : les outils utilisés pour la production de ces graphes ne sont pas optimisés. En particulier, du fait de spécifications techniques particulières, les contenus de certains sites ne peuvent être visités par des robots. De plus, comme toute image d'un phénomène réel, seule une partie est représentable : ils ont été aplatis en deux dimensions et de nombreux liens, jugés non significatifs ici, ont été enlevés.

Graphes du réseau sourir.org en Avril 2004.

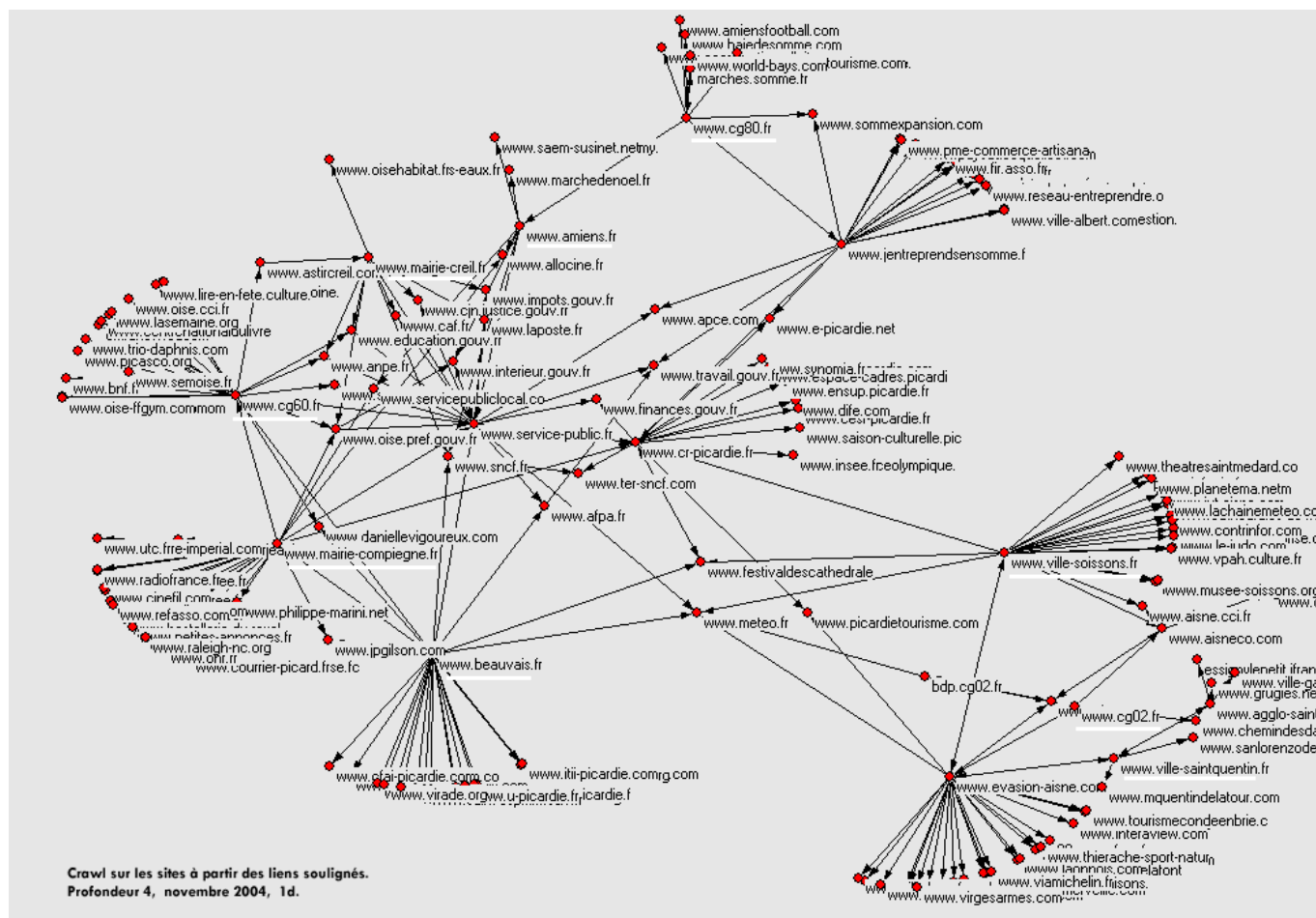


21 Ces graphes ont été réalisés avec l'aide et les outils utilisés par le groupe RTGI : <http://www.webrtgi.com>

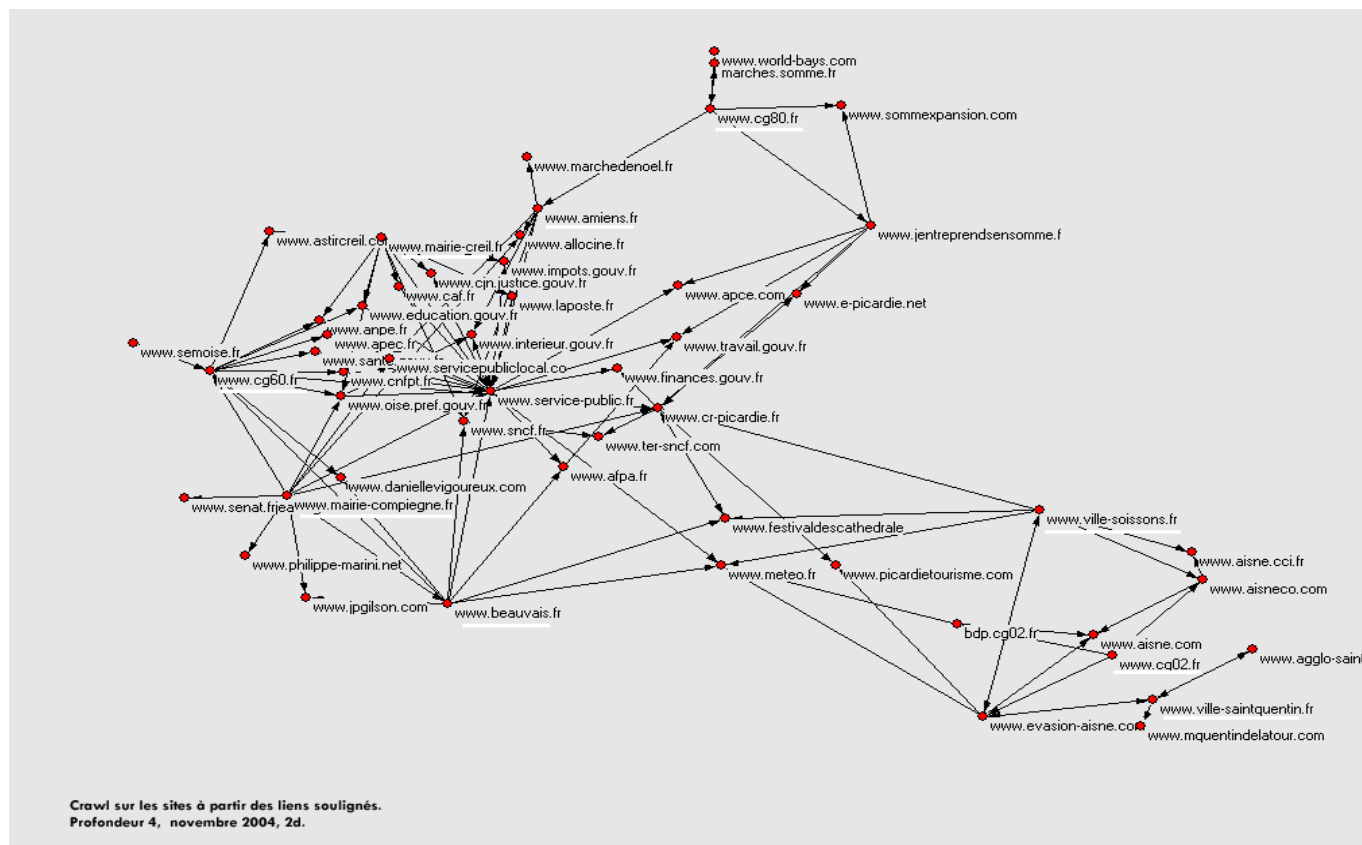
Dans la société de l'information, que recouvre aujourd'hui la notion de proximité ?

Graphes des principales villes Picardes et des Conseils Généraux, novembre 2004.

Note : Le site internet de la ville de Laon n'a pas été visité (et n'est pas apparu), le site étant en refonte à la date de la production des graphes.



Dans la société de l'information, que recouvre aujourd'hui la notion de proximité ?



Mots clefs

proximité – territoire – aménagement – distance – services – liens – relation – géographie

Pour tous renseignements et commentaires sur ce document :
mylene.ramm@renupi.org ou www.renupi.org