

La proximité, entre économie de l'attention et hold-up idéologique

Objectivement indéfinissable, mais politiquement inusable, la promesse de proximité fait partie des mythes fondateurs de la République, et par conséquent de l'histoire de ses recompositions territoriales. Prise aujourd'hui entre la nouvelle économie de l'attention, dans toute sa diversité, et l'instrumentation idéologique de l'extrême gauche à l'extrême droite, elle a grand besoin d'une mise à jour.

Par **Martin Vanier**, géographe, professeur à l'École d'urbanisme de Paris et consultant au sein de la coopérative conseil Acadie

Résumé

Le mythe de la proximité, selon lequel la société se constituerait simplement dans et par la proximité géographique, est plus actif que jamais. Malgré une société plus ouverte aux horizons et aux échelles multiples, à la mobilité, à l'accès à distance et aux technologies numériques, cette croyance ne cesse de se renforcer. Mais de quoi parle-t-on exactement ? À partir de quelle échelle et quelle distance cette proximité est-elle possible ?

Avec la montée en puissance de la société des services, les plateformes et les interfaces numériques succèdent aux guichets et aux hygiaphones. La proximité perd la lisibilité physique qui était la sienne et prend une multitude de sens au point qu'on parle « d'âge de l'accès ». Avec pour incidence, une vaste reconfiguration de ce qui était proche et lointain, en même temps que des façons de mesurer les distances : kilométriques, horaires, culturelles, organisationnelles.

Une nouvelle offre de la proximité a émergé, moins lisible qu'un guichet physique (automatisation de la relation aux usagers ou aux clients, services en réseau et services mobiles, etc.). Cette reconfiguration s'est aussi accompagnée d'un développement d'un marché de l'attention destiné à orienter les achats et contrôler les désirs des consommateurs. Dans ces conditions, la demande de proximité est devenue une demande d'attention. Dès lors, l'économie privée et marchande de l'attention en appelle une autre, publique et non marchande. Une économie publique de l'attention comme nouveau champ de la proximité.

Prise aujourd'hui entre la nouvelle économie de l'attention, dans toute sa diversité, et l'instrumentation idéologique de l'extrême gauche à l'extrême droite, elle a grand besoin d'une mise à jour.

« Plus la société se mondialise et se métropolise, plus elle se réfère aux vertus de la proximité. Ainsi, l'idéal du vivre ensemble de bon nombre de métropolitains s'incarne aujourd'hui dans l'image du village, en dépit des transformations radicales qu'a connu par ailleurs ce fondement de la vie rurale.

Il y a bientôt cinquante ans, dans un article d'anthologie¹, les sociologues bourdieusien Jean-Claude Chamboredon et Madeleine Lemaire se livraient à une critique profonde du « pouvoir de la coexistence », cette croyance selon laquelle la société se constituerait simplement dans et par la proximité géographique. Observant la population et les habitants d'un des récents quartiers de grands ensembles de la banlieue sud de Paris, à Antony, ils ruinaient l'idée simple selon laquelle le fait d'habiter au même endroit, dans un même cadre, suffisait à construire une unité de vie, une société locale en somme. En réalité, proximité spatiale et distance sociale allaient de pair dans ce qu'on croyait être encore à l'époque les creusets de la France moderne. La suite de l'histoire montrera, en effet, les limites de la coexistence et la nécessité de comprendre la société, ses individus, ses groupes, par les parcours qui sont les leurs.

Un mythe plus actif que jamais

Près de deux générations plus tard, le mythe de la proximité reste plus actif que jamais. Il semble fonder une des plus ferventes revendications d'une société qui s'est pourtant profondément ouverte aux horizons et aux échelles multiples, à la mobilité, aux accès à distance, aux technologies ubiquistes, aux enjeux globaux et systémiques. Plus la société se mondialise et se métropolise, plus elle se réfère aux vertus de la proximité. Ainsi, l'idéal du vivre ensemble de bon nombre de métropolitains s'incarne aujourd'hui dans l'image du village, en dépit des transformations radicales qu'a connu, par ailleurs, ce fondement de la vie rurale². La « métropole des villages » et la « ville des courtes distances » sont actuellement les propositions les plus rassembleuses d'une société qui vit manifestement mal ce qu'elle devient par ses modes de vie.

1. Chamboredon C. et Lemaire M., « Proximité spatiale et distance sociale : les grands ensembles et leur peuplement », *Revue française de sociologie* 1970, p. 3-33.

2. Dibié P., *Le village retrouvé*, 1979, Grasset ; *Le village métamorphosé*, 2006, Plon.

La façon la plus simple de récuser ce paradoxe est d'invoquer la raison du balancier : on est allé trop loin dans la mondialisation, dans la déterritorialisation, dans la délocalisation, dans les réseaux en tout genre, dans la prétention à la fin de la distance, dans l'interdépendance, dans le global, il faut donc revenir à la raison locale, à l'ancrage, aux circuits courts, au principe d'autonomie, et somme toute au « bon sens près de chez soi », fameux slogan publicitaire lancé par le Crédit agricole... dès 1976 ! La proximité serait le principe élémentaire du « tournant local » que vivraient les sociétés et les économies en excès de mondialisation³. Mieux encore : ce serait la clé des transitions vitales dont ne dépend rien moins que l'avenir de la planète, victime de sa surchauffe systémique. On disait vouloir encore « penser global et agir local » à la fin des années quatre-vingt dix, désormais tout serait entre les mains des acteurs locaux et de leur intelligence transformatrice activée par leur proximité.

Il n'y a pas de proximité en soi

Reste un problème : de quoi parle-t-on ? La proximité, quelle échelle ? À partir de quelle distance la perd-on ? Le local : jusqu'où l'est-il ? Le global : où commence-t-il ?

Dans un tout autre domaine – quoique – François Jullien, philosophe, helléniste, sinologue, penseur des fragments de monde que sont la Chine et l'Europe, écrit après des décennies de réflexion sur ses objets : « Il n'y a pas d'identité culturelle. »⁴ Il faut avoir la lucidité d'en dire autant sur notre sujet : il n'y a pas de proximité en soi. Tout comme l'identité, il n'y a qu'une construction, toujours en devenir, de ce qu'on s'accorde à considérer comme « de proximité », à un moment et dans un contexte donnés, en fonction des conditions économiques et sociotechniques, du contrat social formalisé dans un temps politique, des rapports sociaux et spatiaux qui se forgent et se modifient en permanence, de l'horizon d'action, etc.



Du côté des territoires, la France des services publics locaux, c'est, depuis longtemps, la France intercommunale, historiquement syndicale et depuis trente ans communautaire. La proximité revendiquée par les territoires, ce n'est plus les 35 497 communes, mais bien les 1 258 communautés.

3. Veltz P., *La France des territoires, défis et promesses*, 2019, L'Aube.

4. Jullien F., *Il n'y a pas d'identité culturelle*, 2016, L'Herne.

Raison pour laquelle la proximité est invoquée à toutes les échelles, par tous les systèmes d'acteurs, ainsi conduits à multiplier les contestations à chaque étage : la métropole des proximités est la cause de l'effondrement des capacités de services des villes de rang inférieur ; le chef-lieu est fautif pour les mêmes raisons à l'égard des autres communes de son ressort ; et quant aux communes, elles peuvent toujours être défiées par l'un de leurs fragments, villages, hameaux, quartiers ou lotissements, dont la proximité est encore plus étroite. Dans la cascade des proximités, l'étage au-dessus est par définition soupçonné de ne pas tenir compte de la proximité, argument dont il peut user à son tour vis-à-vis de ce qui l'englobe.

En réalité, tout comme une identité culturelle ne peut être qualifiée en dehors des liens et des écarts qui s'établissent avec d'autres, la proximité ne peut s'apprécier que dans le fonctionnement d'ensemble des échelles qui la revendiquent, et non pas comme l'exclusivité de l'une d'entre elles. La proximité, c'est la qualité d'un système multi-scalaire, qui permet de proposer une gamme de réponses à l'éternelle demande de « bonne distance ».

Durant un siècle, de 1880 à 1980, la France, comme construction nationale républicaine, a stabilisé tant bien que mal ce système multi-scalaire et l'a mis en scène physiquement par sa gamme de chefs-lieux, de canton, de sous-préfecture et de préfecture. Par eux, la République semblait présente à tous les étages, et l'offre de proximité était réputée équitable. On en oublie facilement les luttes, les concurrences, l'échec des réformes (régionale tout au long du siècle, intercommunale dès les années cinquante), les retards d'équipement de services, les injustices spatiales et la faiblesse des offres dite de « proximité », en particulier sanitaires, éducatives et environnementales. Le système était puissamment affirmé, partagé, symbolisé : il a laissé un

souvenir ému, nostalgique, mais amnésique quant à la façon dont la société française vivait alors la France des chefs-lieux et ses services.

Dans le dernier quart, voire le dernier tiers, du siècle, ce système s'essouffle. Il est contesté de toutes parts par la montée en puissance de la société des services, ses aspirations, ses nouveaux acteurs, ses technologies, ses réseaux, sa mobilité. Les plateformes et les interfaces numériques succèdent aux guichets et aux hygiaphones. Les services d'intérêt collectif sont l'objet d'une offensive marchande européenne, voire mondiale. La proximité perd la lisibilité physique qui était la sienne et prend une multitude de sens au point qu'une branche de la science économique entreprend une théorie globale de la proximité. C'est l'âge des accès⁵.

Il s'ensuit une vaste reconfiguration de ce qui était proche et de ce qui était lointain, en même temps que des façons d'en mesurer les distances : kilométriques, horaires, culturelles, organisationnelles. S'il faut vraiment tenter un bilan global, au risque d'écraser les écarts de conditions sociales ou spatiales, il est évident que la société dans son ensemble est désormais plus proche que jamais d'une multitude de services, de possibilités, d'horizons lointains, d'offres diverses, pour le meilleur et pour le pire. Au point de vivre de façon de plus en plus exacerbée sa dépendance à la mobilité et à la connectivité. Cela ne vaut évidemment pas partout et pour tous dans le même sens, mais les injustices nouvelles ou perpétuées ne peuvent masquer l'intensité croissante des accès et de la proximité en général. La raison en est simple : la proximité s'est en quelque sorte mondialisée, ce qui veut dire que l'armature républicaine hiérarchisée n'en est plus la dépositaire immuable et symbolique, et que de nombreux autres canaux ont pris le relais, sur tous les sujets et à toutes les échelles.

5. Rifkin J., *L'âge des accès*, 2005, La Découverte.

Crise de lisibilité et économie de l'attention

Seulement voilà : il y avait une offre inscrite dans le paysage urbain des villes et des villages, claire et rassurante, on ne dispose pas d'emblée de la nouvelle carte des proximités qui l'a bousculée. Les niveaux de proximité étaient emboîtés, hiérarchisés, les réseaux de tous ordres les transgressent et leur échappent. La présence physique des guichets était la règle, même si les usages ne suivaient plus, la dématérialisation a frappé toutes les relations de service et les a déshumanisées. Il y avait, en somme, un système de la proximité, incarné par la République des territoires, on ne voit rien d'aussi structuré émerger de son dépassement, d'où le discours sur les territoires abandonnés, appréciation largement erronée par ailleurs au regard de l'action et de la solidarité publiques.

Il y a une crise de la proximité, mais ce n'est pas une crise de l'offre, contrairement à ce que l'usage débridé du terme de « désert » laisse croire. C'est une crise de la capacité collective à se retrouver dans les nouvelles offres et configurations de la proximité, certaines insupportables au plus grand nombre comme l'automatisation de la relation aux usagers ou aux clients, d'autres jugées fragiles ou bricolées comme les services en réseau et les services mobiles, d'autres encore nécessitant des apprentissages qui ne sont pas encore généralisés, ou des choix compliqués entre offres concurrentes.

Or, tandis que la société regrette les simples proximités d'antan et l'attention publique dont elles étaient la preuve, chacun de ses membres est l'objet d'un intense bombardement informationnel, toujours plus pressant et ciblé, pour capter son attention privée⁶. L'attention devient un immense marché, condition de tous les autres. Mais c'est de l'attention du consommateur dont il s'agit, pour orienter ses achats, contrôler ses désirs, fabriquer ses pulsions. Une attention prise d'assaut, en vue de sa marchandisation, par une intrusion toujours plus sophistiquée dans la vie de chacun, une hyperproximité des opérateurs numériques et des nouveaux capitalistes de la donnée avec l'intimité des personnes.

 Il y avait une offre inscrite dans le paysage urbain des villes et des villages, claire et rassurante, on ne dispose pas d'emblée de la nouvelle carte des proximités qui l'a bousculée.

6. Patino B., *La civilisation du poisson rouge, petit traité sur le marché de l'attention*, 2019, Grasset.

 Il y a une crise de la proximité mais ce n'est pas une crise de l'offre, contrairement à ce que l'usage débridé de « désert » laisse croire, c'est une crise de la capacité collective à se retrouver dans les nouvelles offres et configurations de la proximité.

Le marché de l'attention est en train de désocialiser la notion de proximité, qui s'était construite comme une promesse républicaine à valeur collective, et qui tend à devenir une offre privée à valeur marchande. Et ce n'est plus le Crédit agricole des années soixante-dix qui porte cette dernière, ce sont les GAFAs. Chacun peut apprécier ce changement à travers la difficulté à distinguer désormais les divers statuts des relations de proximité qui l'assaillent : administré, ayant-droit, usager, abonné, membre, connecté, client, consommateur, etc.

Une seule certitude émerge de ce temps de déstabilisation, repli de la part des uns, déploiement de la part des autres, majoritairement vécu comme un recul de l'intérêt public : c'est la demande d'attention personnelle qu'expriment les individus, pour que soient prises en compte la spécificité de leur situation, la complexité de leur cas, l'attente d'une réponse adaptée. Aujourd'hui, est vécu comme proche non pas ce qui est présent et qui peut s'avérer parfaitement indifférent, étranger, inaccessible, mais ce qui est attentif, réceptif, bienveillant. La demande de proximité est bel et bien une demande d'attention.

Dès lors, l'économie privée et marchande de l'attention en appelle une autre, publique et non marchande. Une économie qui réponde à la demande d'attention des personnes, et non pas qui cherche à la capter, la monopoliser, la contrôler : une économie publique de l'attention, nouveau champ de la proximité.

La proximité comme ressource politique

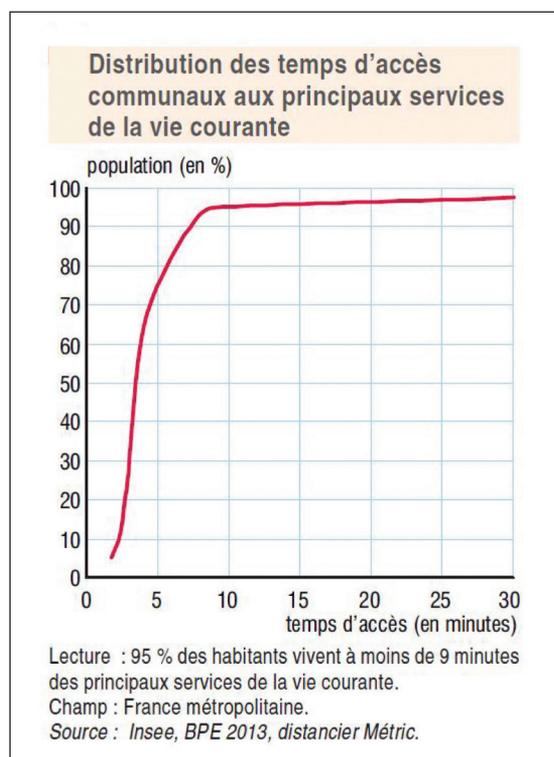
La société des individus, orpheline de l'administration de proximité qui bornait naguère son horizon, est l'objet d'une vaste bataille des proximités. Son front principal est celui de la marchandisation d'une partie des services, qui fait de la proximité un champ économique, confère par exemple celui de la *silver economy*. Mais on aurait tort de résumer ce front à l'opposition entre les acteurs publics dépositaires de missions de proximité et les acteurs privés qui n'y verraient qu'un champ de profit. La situation est un peu plus complexe que ce face-à-face convenu.

En matière de maisons de services au public, trois acteurs de mission d'intérêt public sont en présence : les mairies, le groupe La Poste avec ses 17 000 points de présence en France, et les associations fédérées par le réseau des points information médiation multi services (PIMMS). La Poste ne cherche, au travers de la redéfinition de sa politique de proximité, rien moins qu'une partie de son futur modèle économique. Le réseau des PIMMS est sur un autre registre, qui fait de la proximité une affaire de médiation sociale. Quant aux mairies, leur rôle dans cette nouvelle économie publique de l'attention mérite qu'on s'y attarde.

Les communes sont-elles le premier niveau de proximité, comme leurs élus le répètent à l'envi ? Pour une part d'entre elles, c'est incontestable, même si, comme on vient de le voir, ce premier niveau territorial est loin de fournir à lui seul tout ce par quoi les personnes trouvent une attention publique à leurs demandes et à leur quête de services non marchands. Mais pour la grande majorité d'entre elles, ce n'est pas le cas. En France, plus

de la moitié des communes ont encore moins de 500 habitants. Cela signifie que les moyens humains dont elles disposent en tant que telles pour produire des services à la population sont dérisoires : de l'ordre de quelques heures de secrétariat par semaine, et un ou quelques élus qui assurent des tâches bénévoles. 72 % des communes ont moins de 1 000 habitants, ce qui signifie encore très peu de capacités à exercer la proximité tant invoquée.

Du côté des territoires, la France des services publics locaux, c'est, depuis longtemps, la France intercommunale, historiquement syndicale et depuis trente ans communautaire. La proximité revendiquée par les territoires, ce n'est plus les 35 497 communes, mais bien les 1 258 communautés. Et avec elles les services départementaux et régionaux des collectivités territoriales et les services déconcentrés de l'État : des réseaux d'action publique à la fois verticaux et horizontaux.



Le discours sur la commune première niveau de proximité ne correspond plus à la réalité de l'économie publique de l'attention, largement plus réticulaire que territoriale, et pourtant il perdure, voire s'amplifie, comme récemment à l'occasion des réponses apportées par le gouvernement à la crise des Gilets jaunes. À travers ce discours permanent, les élus communaux font de la proximité une idéologie immédiatement convertie en ressource politique. En ramenant constamment la proximité à l'horizon communal, ils ne facilitent pas l'émergence d'autres promesses collectives, l'affirmation d'autres dispositifs, le déploiement d'autres légitimités. Ils monopolisent promesse et légitimité, en dépit de l'impuissance de la grande majorité d'entre eux à les honorer à leur niveau.

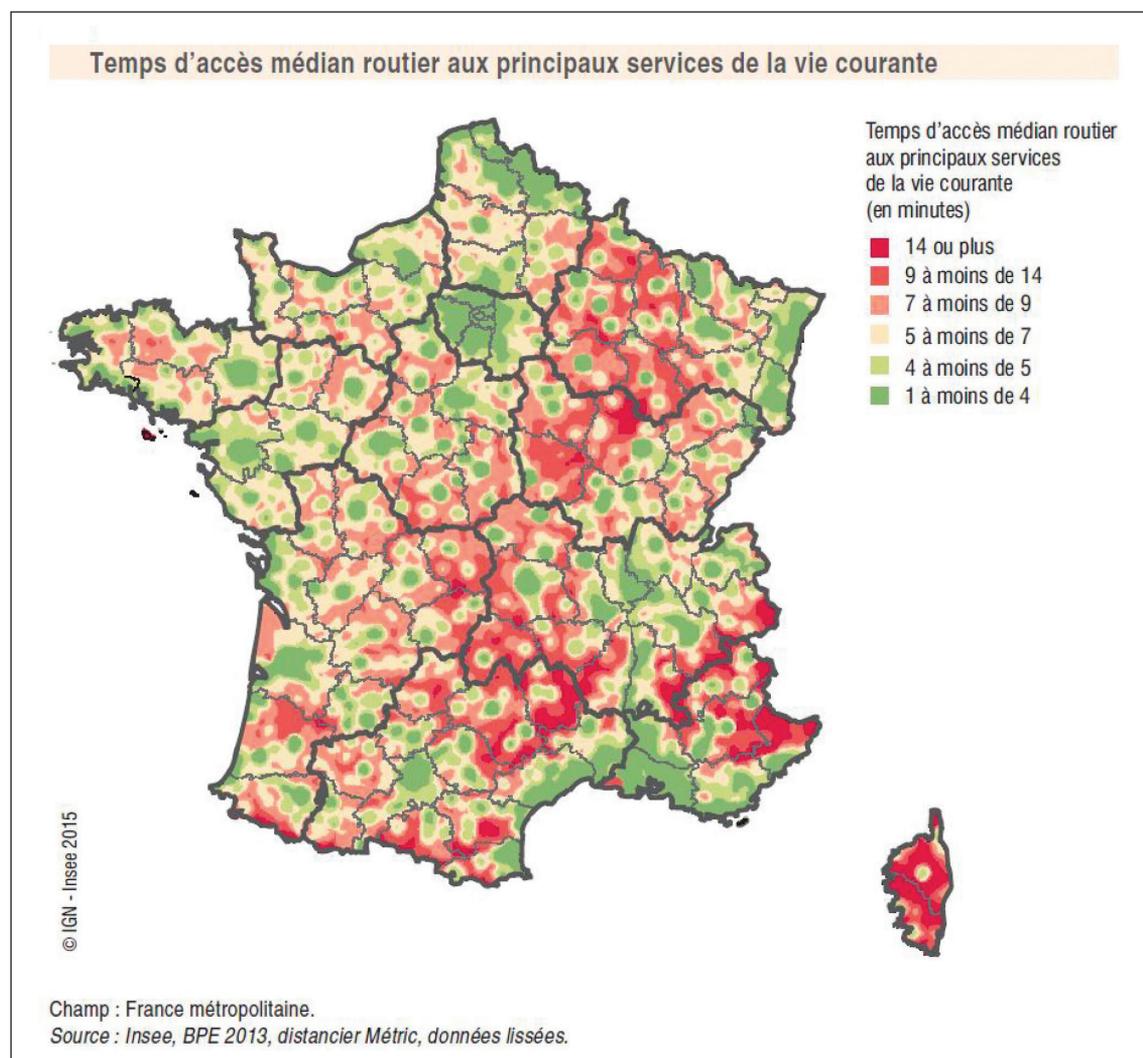
C'est une part du problème de la proximité tel qu'il est posé en France, dans un cadre territorial étroit. Le sujet est complexe, en voie de reconfiguration profonde, traversé de stratégies diverses, bousculé par les innovations sociotechniques accélérées et les changements d'échelle de la société tout entière. Mais son imaginaire politique reste prisonnier de la référence à la commune. À travers elle, c'est un hold-up idéologique qui est réalisé, d'un bout à l'autre de l'échiquier politique, pour tirer parti de la demande de proximité si profonde dans la société, sans pour autant faire avancer les réponses nouvelles qu'elle appelle. Par ce hold-up, l'enjeu n'est pas de construire de nouvelles proximités dans la société contemporaine, mais de faire perdurer une certaine image de la France dont se nourrissent encore plusieurs familles politiques, aussi opposées soient-elles.

D'une étude nationale publiée par l'INSEE en 2016 sur les temps d'accès à vingt-deux services et équipements nécessaires au quotidien, il ressort que 95 % de la population vit à moins de neuf minutes du « panier de biens » de la vie courante. Sans surprise, ce temps d'accès est multiplié en moyenne par deux ou trois dans des régions depuis longtemps très faiblement peuplées, comme la Corse, les Alpes du sud, les marges sud-est du Massif

central (en Lozère et autour), ou les marges entre Champagne et Bourgogne (Chatillonnais). Géographiquement, ces zones sont assez étendues, démographiquement elles ne concernent que quelques centièmes de la population française.

Ces éléments statistiques et cartographiques ne résument pas tous les enjeux de la proximité, mais

permettent d'objectiver ce qu'on pourrait finir par oublier dans les débats actuels quant aux divers « déserts » de service : en France, le temps d'accès aux services et équipements est globalement très raisonnable pour l'immense majorité de la population.⁷



7. « L'accès aux services, une question de densité des territoires », INSEE Première janv. 2016, n° 1579.