

ÉTUDE RÉELLE

Ré-Enraciner l'Économie Locale



**Développer l'économie réunionnaise
par la demande locale**

DIAGNOSTIC OCTOBRE 2017

cpme LA RÉUNION **UTOPIES**®

Préambule

Une économie dynamique mais fragile

En une cinquantaine d'années, La Réunion a connu un développement économique soutenu qui lui a permis une certaine convergence avec les régions européennes continentales. Les tendances récentes témoignent d'un dynamisme toujours significatif¹.

- Depuis 2014, la croissance annuelle du PIB s'établit autour de 3%, soit un niveau nettement plus élevé que pour la France entière.
- Les exportations de biens et la fréquentation touristique progressent.
- La Réunion génère un PIB par habitant (21 378€/hab. pour La Réunion en 2015 contre 5 173€ pour l'Afrique du Sud ou 363€ pour Madagascar nettement plus élevé que les principaux pays de la zone Sud - Ouest de l'océan Indien).
- Le revenu et la consommation des ménages progressent nettement.
- L'emploi connaît une croissance plus soutenue qu'à l'échelle nationale (+2,0 % par an pour La Réunion entre 2009 et 2015, contre et +0,2 % par an pour la France entière) et celle-ci s'accroît sur les toutes dernières années.
- Depuis trois ans également, le taux de chômage est en recul.

Pour autant, La Réunion demeure une économie vulnérable et fortement sensible aux facteurs externes. Les handicaps structurels que sont l'insularité et l'éloignement, l'exiguïté de son territoire et de son marché, la forte dépendance aux importations, ont démultiplié les impacts de la crise économique internationale sur l'économie réunionnaise². En dépit d'une croissance soutenue des richesses et de l'emploi, le taux de chômage demeure particulièrement élevé – 22,4% en 2016 – et la pauvreté monétaire (seuil à 1 008 euros par mois en 2016) touche près de la moitié de la population réunionnaise en 2008, contre 14% en France métropolitaine. D'autre part, l'Indice de Développement Humain de La Réunion en 2010 reste très en deçà du niveau national ; il correspond à l'IDH de la France métropolitaine il y a plus de 20 ans ; la Réunion se place à la 54ème place au niveau mondial, alors que la métropole est classée 20^{ème}.

Une étude pour révéler et investir ensemble les potentiels d'échanges économiques locaux.

Depuis une dizaine d'années, des voix s'élèvent et des programmes ambitieux sont mis en place pour favoriser l'innovation, le dynamisme économique et la mise en valeur des ressources humaines, matérielles et immatérielles de l'île.

Portée par la CPME Réunion et la DIECCTE, cette étude propose une vision du développement économique durable fondé sur les échanges locaux. Il s'agit de proposer un référentiel d'analyse commun mettant en valeur les opportunités de développement de nouvelles offres locales afin de mieux répondre aux besoins et enjeux des réunionnais. L'objectif de l'étude REELLE est précisément de révéler les multiples niches

locales dont peuvent s'emparer les entrepreneurs réunionnais pour développer de nouvelles activités, de nouvelles compétences, de nouvelles offres : alimentation locale, énergie locale, filière locale de matériaux de construction, nouvelles filières liées à la réduction des déchets, nouveaux services de proximité, artisanat et petites unités industrielles reposant sur les ressources locales ou recyclées, mode locale, médias locaux, finance locale, etc.

Cette approche n'a de sens que si elle vient appuyer le développement des écosystèmes territoriaux (construction de filières, coopérations entrepreneuriales, dialogue social territorial,...), actionner les leviers de l'innovation et de l'internationalisation (car il ne s'agit pas de « relocaliser à l'identique » mais de faire mieux et plus durable) et renforcer les solidarités entre toutes les parties prenantes de l'économie réunionnaise (entreprises, administrations publiques, partenaires sociaux, habitants,...). C'est la raison pour laquelle la réalisation de cette étude doit être l'occasion de valoriser la créativité et l'intelligence collective des femmes et des hommes qui composent le territoire.

C'est pourquoi la démarche REELLE a aussi pour objectif de nourrir le dialogue social territorial et de stimuler l'émergence d'espaces d'intelligence territoriale :

- 1- **Sensibilisation et animation** (formations à l'économie locale et ateliers autour des nouveaux outils à mettre en place pour développer le territoire de l'intérieur),
- 2- **Priorisation** (dialogue et travail commun avec les élus et acteurs sociaux et économiques locaux pour identifier les filières à pousser localement),
- 3- **Mobilisation** (supports d'accompagnement des entrepreneurs locaux, panorama des marchés locaux et des exemples inspirant d'entreprises pouvant être créées pour diversifier l'économie locale).

In fine, cette démarche doit permettre à chacun - acteurs publics et privés, partenaires sociaux,... - d'enrichir son diagnostic de l'économie réunionnaise, de porter des préoccupations plus larges au niveau du territoire, d'identifier de nouveaux terrains d'action porteurs, d'être force de proposition dans les prochains débats déterminant pour l'avenir de l'économie réunionnaise.

Questions à Dominique Vienne, Président de la CPME de la Réunion :

Pourquoi porter l'attention sur la demande locale ?

Développer l'économie locale implique de mieux cerner les flux économiques qui fondent la prospérité de notre territoire. On pense naturellement aux richesses qui entrent grâce notamment aux exportations et au tourisme. Mais il s'agit aussi de porter une attention renouvelée aux richesses qui s'évadent du fait de nos importations de biens et de services. Bien entendu, tout territoire ouvert sur l'extérieur connaît des pertes économiques. Ce phénomène fait partie de la vie des régions. Toutefois, la démarche REELLE nous invite à reconsidérer les « fuites de richesses » liées à l'évasion de la demande locale. De quoi s'agit-il ? Une partie de la demande réunionnaise donne lieu aujourd'hui à des échanges au sein du circuit local : échanges entre entreprises, échanges entre entreprises et ménages, etc. Mais une part plus ou moins importante de la demande locale ne parvient pas à rencontrer une offre locale et se traduit par des « importations » (au sens large) : elle est satisfaite par des biens et des services qui ont été, en partie ou en totalité, produits à l'extérieur du territoire. Ce faisant, notre territoire ne s'acquitte pas seulement du prix des importations, il se prive du même coup d'un certain volume d'activités, d'emplois, de revenus, de fiscalité, etc. J'ajoute qu'il ne bénéficie pas non plus des effets multiplicateurs qui peuvent s'exercer lorsque la production est locale. Notre capacité à capter une partie de ces « pertes de potentiel économique » constitue donc un enjeu de premier plan pour le développement économique de notre territoire.

Qu'entendez-vous par « réenraciner l'économie locale » ?

Nous avons deux actifs économiques, notre tissu d'activités créatrices de richesses d'une part et la demande locale de biens et de services d'autre part. Réenraciner l'économie locale, c'est se donner les moyens de convertir une partie de nos importations en échange local, c'est faire porter l'effort sur la reconexion de la production locale et de la demande locale. Ceci soulève un formidable défi entrepreneurial ! Comment développer de nouvelles activités et de nouveaux emplois apportant de nouvelles réponses aux besoins du territoire ? C'est toute la question posée par la démarche REELLE. Mais cet effort de diversification du tissu entrepreneurial ne suffit pas. Il s'agit aussi de créer les conditions d'une intensification des échanges locaux, de favoriser et d'encourager le « réflexe local », de permettre à chaque acteurs économiques – entreprises, ménages, organisations publiques... - d'identifier et de se rapprocher plus facilement des solutions locales qui s'offrent à lui.

Quelle dynamique entrepreneuriale promouvoir ?

Aujourd'hui, le développement économique local doit prendre en compte de nouvelles approches et processus (économie sociale

et solidaire, économie circulaire...), le renouvellement des formes d'entrepreneuriat et les nouvelles générations d'entrepreneurs : micro-entrepreneurs, entrepreneurs de l'agro-écologie, entrepreneurs sociaux, entreprises solidaires, etc. Ces nouvelles stratégies territoriales sont un véritable enjeu dans le contexte d'une accélération des cycles économiques, des transitions écologique et énergétique, de l'explosion des mobilités, des mutations liées au numérique et à la digitalisation de la société... qui implique une transformation du travail et une grande diversité des modèles de développement territorial. Toutes ces mutations nous incitent à adopter des visions et des stratégies d'entreprise plus qualitatives. En ligne avec la diffusion des démarches de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), les entreprises ont un rôle clé à jouer dans le développement de nouvelles pratiques de consommation plus responsables, de nouvelles chaînes de valeur plus durables, de pratiques managériales plus inclusives...

Pourquoi ces questions intéressent-elles la CPME ?

A l'heure de la mise en œuvre de notre schéma Régional de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII), qui est à mener pleinement, les décideurs publics territoriaux et les réseaux économiques publics et privés gagnent à mobiliser les compétences professionnelles des développeurs économiques locaux et d'autres professionnels du développement territorial pour :

- Diagnostiquer et anticiper les mutations économiques et sociales
- Replacer le développement économique et les politiques d'emploi au cœur du projet de territoire
- Connaître les tissus d'entreprises et les moteurs du développement économique local
- Comprendre le fonctionnement et les évolutions des filières professionnelles à travers des GPECT (démarches de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences territoriales)
- Renforcer les outils de dialogue et de partenariat entre les partenaires sociaux
- Effectuer un suivi attentif du rendement fiscal des activités économiques
- Activer le levier de la commande publique au bénéfice du territoire, comme par exemple dans le cadre de l'association de la Stratégie du Bon Achat.

Vous parlez de « développeurs économiques locaux », qui sont-ils ?

Je parle de tous les acteurs qui accompagnent et soutiennent nos entreprises au quotidien, qu'ils émanent des chambres consulaires, de la Région, de l'Etat, des intercommunalités, le CESEF, les syndicats professionnels, syndicats salariés et enfin les citoyens. C'est avec toutes ces forces vives que nous souhaitons engager cette démarche REELLE pour anticiper les mutations socio-économiques et dessiner des futurs économiques souhaitables pour notre territoire.

¹Insee Réunion – Bilan économique 2016. La croissance s'installe – Insee Conjoncture Réunion n° 3 - Juin 2017.
²Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM) – La Réunion. Rapport annuel 2016.

³Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental – Diagnostic territorial stratégique de La Réunion. Profil économique – Préparation des futurs programmes européens 2014-2020.

Table des matières



PRÉAMBULE p.2

1. CADRE D'ANALYSE

1.1 Une approche renouvelée du développement économique territorial : de la captation à l'ancrage des richesses p.8

- Des stratégies économiques territoriales qui donnent souvent la priorité à la « captation de richesses » p.8
- L'effet multiplicateur local dans l'angle mort p.8
- Prendre la mesure de l'évasion de la demande locale p.9

1.2 Un outil d'analyse économique territorial novateur : LOCALSHIFT® p.10

- Comprendre le fonctionnement économique des territoires grâce à l'« analyse entrées-sorties » p.10
- Adaptation de l'outil LOCALSHIFT® à l'économie réunionnaise p.10
- Quelques notions clés pour comprendre p.10
- Comparaison de La Réunion avec des territoires de taille similaire p.11

2. ÉTAT DES LIEUX DU FONCTIONNEMENT DE L'ÉCONOMIE RÉUNIONNAISE

2.1 Quelle capacité de captation de richesses ? p.12

- Trois moteurs de croissance bien identifiés... p.12
- ... mais fragilisés pour partie p.12

2.2 Quel effet multiplicateur local ? p.13

- Un effet multiplicateur local très supérieur à celui des départements de comparaison p.13
- Certains secteurs ont un effet multiplicateur particulièrement élevé p.14

2.3 Quel ancrage/évasion de la demande locale ? p.14

- La demande locale réunionnaise s'élève à 25 milliards d'euros p.15
- La demande locale renvoie avant tout aux besoins des ménages p.15
- La demande réunionnaise est satisfaite à 80% par la production de l'île p.15
- Toutefois la question de la dépendance aux importations demeure d'actualité p.16

3. ENJEUX STRATÉGIQUES

3.1 Un objectif fédérateur : booster le tissu économique réunionnais à partir de la demande locale p.18

- La demande locale, un « actif économique » crucial pour les territoires p.18
- Ré-enraciner 10% des importations réunionnaises : pourquoi et comment? p.18

3.2 Diversifier – Densifier : deux axes stratégiques pour développer l'économie réunionnaise à partir de la demande locale .p.19

- Diversifier la production locale pour répondre à la demande locale : un enjeu entrepreneurial p.19
- Densifier les échanges locaux : un enjeu d'intermédiation p.19
- Mieux répondre à la demande locale peut également contribuer au renforcement de la capacité exportatrice de l'île p.20

3.3 Evaluer et prioriser les marchés locaux potentiels de La Réunion p.20

- Décomposer le potentiel global pour identifier les opportunités les plus prometteuses p.20
- Premier panorama des marchés locaux potentiels p.20
- Un outil Excel contenant l'ensemble des nœuds d'échanges p.21
- Un catalogue des marchés locaux potentiels p.22
- Exploration globale des stratégies de maximisation de l'ancrage réunionnais p.23

3.4 Une boîte à outils pour passer à l'action p.25

CE QU'IL FAUT RETENIR DE LA DÉMARCHÉ REELLE p.34

Annexes p.35

- Définition des principaux indicateurs p.35
- Méthodologie LOCALSHIFT p.38



5 Questions

- Quelle **demande économique** ?
- Quelle **offre économique** ?
- Où sont les **pertes économiques** ?
- Quels **potentiels de relocalisation** ?
- Quels **secteurs** prioriser ?



Une approche du développement économique territorial complémentaire



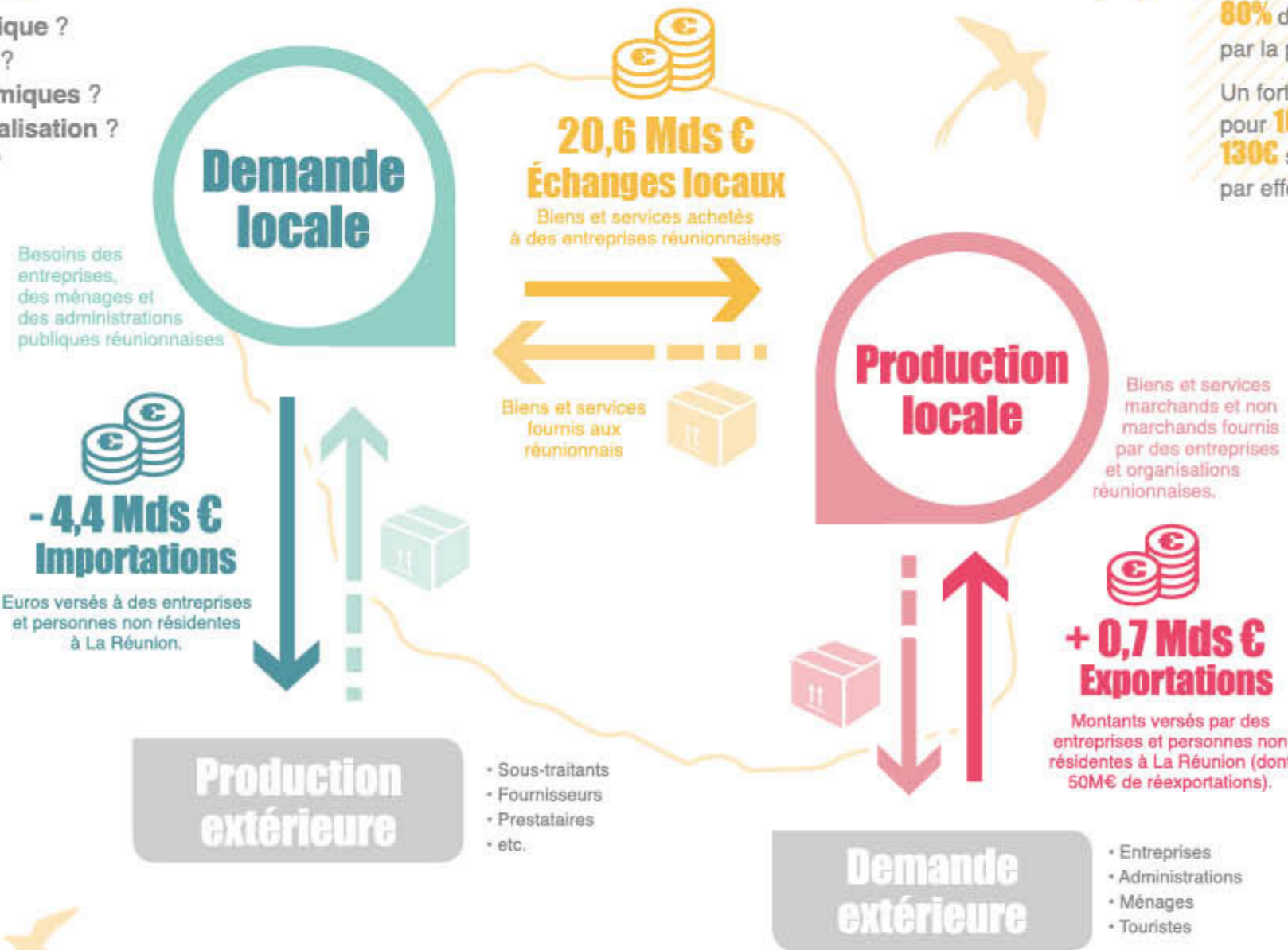
Une photo de l'économie réunionnaise pour changer de regard, parler un langage partagé et prioriser



Un appel au dialogue social territorial soulignant l'importance de la mise en place d'espaces d'intelligence territoriale réunionnais



Un substrat pour permettre une co-production et coopération pour travailler à la fois sur l'offre et la demande locales



Une économie tournée vers le local

80% de la demande réunionnaise est satisfaite par la production locale de biens et de services.

Un fort effet multiplicateur : pour **100 €** de production initiale, **130€** supplémentaires circulent par effet ricochet dans l'économie locale.

Mais vulnérable

Les exportations réunionnaises sont plus de **20 fois** inférieures à celles de territoires métropolitains de taille comparable.

Fort déséquilibre des échanges extérieurs. Importations répondant à des besoins stratégiques comme l'alimentation et l'énergie.



Des opportunités réelles

4,4 Mds € de pertes de potentiels économiques. Soit près de 65 000 emplois réunionnais.

Des pistes de solutions par secteur

2D = « Diversifier et Densifier » l'économie réunionnaise



Nouveaux marchés locaux, nouvelles entreprises innovantes



Échanges et achats « péi »

Le diagnostic de l'étude REELLE est réalisé avec l'outil LOCALSHIFT® développé par le cabinet indépendant Utopies et est complété par 2 journées de form'action avec l'ensemble des acteurs du développement économique réunionnais. Fondé sur les statistiques nationales et régionales et les travaux les plus avancés d'analyse des économies territoriales, LOCALSHIFT® est un système de modélisation de l'économie locale et des marchés locaux à investir pour développer une économie locale forte et vivante.

1. Cadre d'analyse

1.1 Une approche renouvelée du développement économique territorial : de la captation à l'ancrage des richesses

Des stratégies économiques territoriales qui donnent souvent la priorité à la « captation de richesses ».

Que ce soit à l'échelle des grandes métropoles, des régions ou de territoires de taille plus réduite, le développement économique territorial reste avant tout appréhendé comme la capacité à « capter des richesses » à l'extérieur, afin d'**injecter** du « carburant » supplémentaire dans l'économie locale et d'en stimuler la croissance.

Comme l'ont montré les travaux de l'économiste Laurent Davezies³, la stimulation des différents leviers de captation de richesses constituent ainsi un enjeu clé des politiques économiques des territoires.

- L'exportation de biens et de services,
- L'implantation de nouvelles entreprises,
- L'attractivité touristique et commerciale
- L'installation de nouveaux habitants (et l'ensemble des revenus d'activités et de transfert associés)
- L'apport de financements publics provenant de l'Europe, de l'État, etc. (soutenant les services et investissements publics locaux)
- etc.

L'effet multiplicateur local dans l'angle mort

Les stratégies économiques territoriales accordent souvent moins d'attention à un autre enjeu pourtant crucial : **dans quelle mesure chaque activité présente sur le territoire (et notamment celles qui captent des richesses à l'extérieur) génère-t-elle un effet d'entraînement sur le reste de l'économie locale ?**

Concrètement l'effet d'entraînement d'une activité (une entreprise par exemple) s'exerce à travers deux grands mécanismes (voir schéma page suivante) :

• **La chaîne de fournisseurs (impacts indirects)** : toute entreprise peut faire appel à des fournisseurs locaux pour ses achats de services, biens intermédiaires et d'investissement. Pour répondre à ces commandes, les fournisseurs locaux peuvent à leur tour réaliser des achats auprès de leurs propres fournisseurs locaux, et ainsi de suite, jusqu'à épuisement de l'effet ricochet.

• **Les dépenses des ménages et des collectivités (impacts induits)** : l'entreprise et sa chaîne de fournisseurs locaux génèrent le versement de rémunérations et d'impôts locaux. Ces revenus permettent de soutenir les dépenses de consommation des ménages locaux et les dépenses publiques locales⁴.

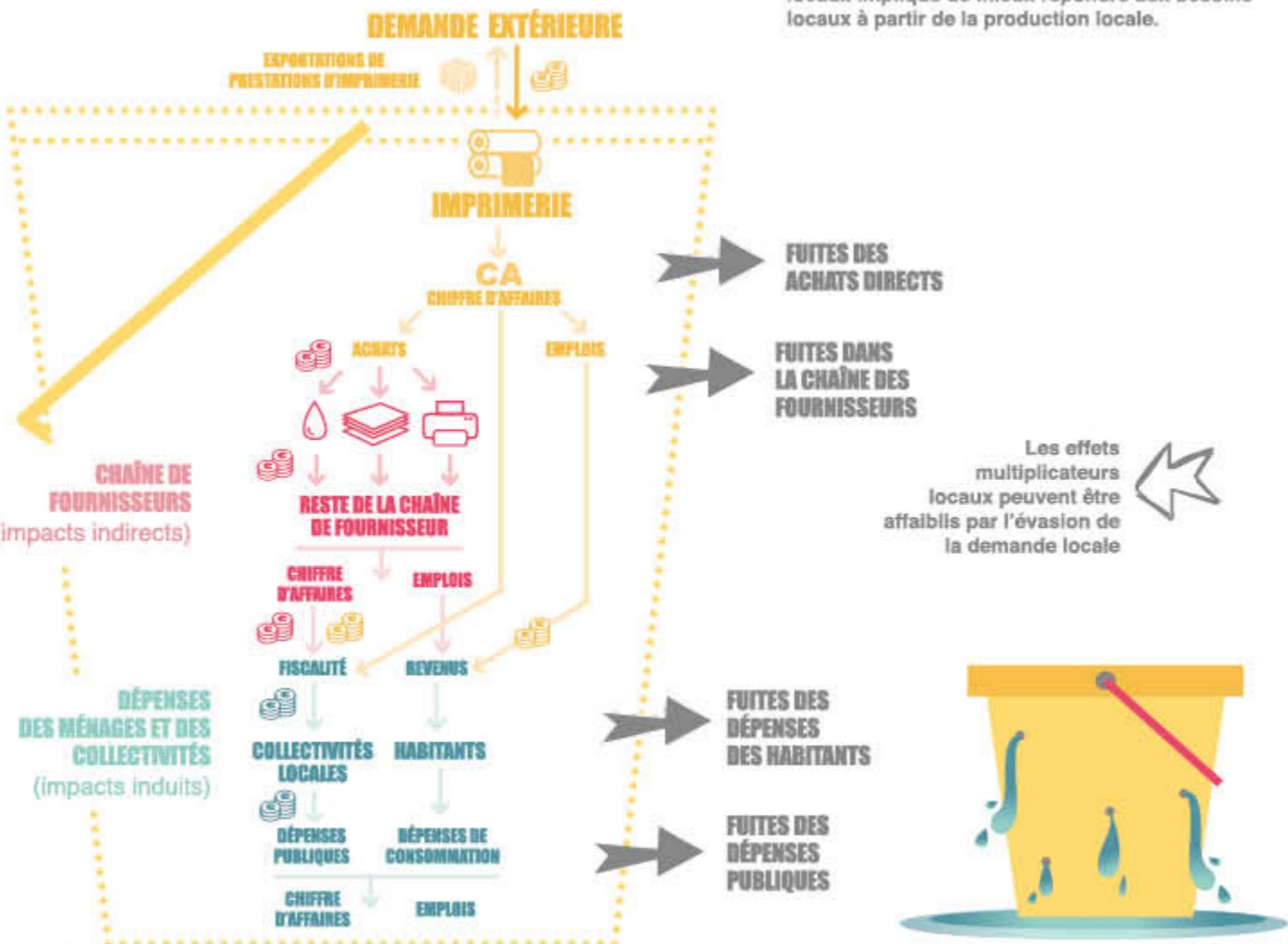
La diffusion de ces impacts indirects et induits conduit à appréhender l'économie locale de façon dynamique : la production annuelle d'une activité entraîne la circulation de richesses par effet de vague sur une période de quelques années (2-3 ans maximum). Les économistes parlent ainsi d'**effet multiplicateur** au sens où une dépense initiale peut être démultipliée par cette dynamique de propagation des revenus et des dépenses. Concrètement, l'effet multiplicateur se calcule en divisant les impacts indirects et induits par les impacts directs : par exemple, un secteur d'activité présentant un effet multiplicateur de 1,5 signifie que chaque fois que cette activité produit 100€, elle fait circuler 50€ supplémentaires dans l'économie locale par effet ricochet.

L'effet multiplicateur local constitue ainsi un ressort essentiel du développement économique des territoires.



³ Voir Laurent Davezies, La République et ses territoires : la circulation invisible des richesses - Paris : Seuil, 2008.
⁴ Voir Arnaud Florentin et Boris Chabanel - L'effet multiplicateur local - Utopies, Note de position n°7, Juillet 2016.

Boris Chabanel - Le circuit économique local, parent pauvre des stratégies métropolitaines ? - Métropolitiques, 31/01/2017.



Prendre la mesure de l'évasion de la demande locale

Les effets d'entraînement générés par chaque activité sont loin d'être automatiques. En effet, **les richesses peuvent s'évader du territoire aussi vite qu'elles y sont entrées**. Quatre grands types de « pertes de richesses » peuvent limiter les effets multiplicateurs d'une entreprise sur l'économie locale :

- Cette entreprise peut réaliser une part plus ou moins importante de ses achats à l'extérieur du territoire.
- Ses fournisseurs locaux peuvent également s'approvisionner hors du territoire.
- Les salariés de l'entreprise et ceux de sa chaîne de fournisseurs locaux effectuent eux aussi une part de leurs dépenses de consommation à l'extérieur du territoire. Ce phénomène d'« évasion commerciale » prend une acuité particulière avec l'essor du e-commerce.
- Les collectivités locales peuvent également réaliser tout ou partie de leurs achats auprès de fournisseurs extérieurs au territoire.

Plus la part de la demande locale qui est satisfaite par les importations est élevée et plus les effets d'entraînement au sein de l'économie locale seront limités, et inversement. **Éviter la fuite d'un euro s'avère aussi crucial que capter un euro à l'extérieur** : dans les deux cas, cet euro est nouveau pour le territoire et rend possible un accroissement net de l'activité et de la prospérité. En résumé, **amplifier les effets multiplicateurs locaux implique de mieux répondre aux besoins locaux à partir de la production locale**.

1.2 Un outil d'analyse économique territoriale novateur : LOCALSHIFT®

Les analyses présentées dans les pages suivantes mobilisent un certain nombre d'études existantes (réalisées par l'Insee, l'IEDOM, le CEMOI, etc.). Toutefois, la majeure partie de l'étude s'appuie sur les éclairages statistiques fournis par l'outil d'analyse économique territoriale LOCALSHIFT® développé par le cabinet Utopies.

Comprendre le fonctionnement économique des territoires grâce à l'analyse entrées-sorties :

S'inspirant d'outils d'analyse développés de longue date aux Etats-Unis (RIMS, IMPLAN, REMI) mais inexistant jusqu'à présent en France et dans la plupart des pays européens, LOCAL SHIFT® permet de mieux comprendre le fonctionnement économique des territoires en apportant des éclairages statistiques souvent non disponibles à l'échelle locale : production, exportations, importations, échanges au sein du circuit économique local – en distinguant 29 secteurs et 380 sous-secteurs, dont les administrations publiques et les ménages. Ce faisant, il permet d'évaluer pour chaque territoire : la capacité du territoire à capter des richesses à l'extérieur (exportations), les fuites économiques liées à l'évasion de la demande locale (importations), les opportunités de marchés locaux qui s'offrent aux entreprises (relocalisation).

Pour ce faire, le modèle LOCAL SHIFT® reprend le principe de l'« analyse entrées-sorties » (voir matrice ci-dessous), qui est au cœur de la comptabilité nationale, et le décline à l'échelle de n'importe quel territoire local (communes, intercommunalités, aires urbaines, départements, régions, etc.). Les détails sur la méthode, les adaptations au territoire et les limites de LOCALSHIFT® La Réunion sont disponibles en annexe et dans un document complémentaire.

Adaptation de l'outil LOCALSHIFT® à l'économie réunionnaise :

La présente étude constitue une photographie de l'économie actuelle de La Réunion, fondée sur la répartition des emplois et l'activité des différents secteurs de l'économie. Sur la base des statistiques nationales et régionales puis de modèles d'échanges entre secteurs d'activités et acteurs économiques, les flux économiques du territoire sont simulés le plus fidèlement possible à la réalité et analysés. Comme tout modèle, la représentation de l'économie réunionnaise par LOCALSHIFT® est perfectible et les résultats sont à considérer comme des ordres de grandeurs. La démarche a surtout pour objectif de sensibiliser aux enjeux, et opportunités, de permettre de prioriser des pistes d'actions sectorielles et d'objectiver les échanges et partenariats entre les parties prenantes.

Quelques notions clés pour comprendre :

L'économie réunionnaise est constituée de ses différents secteurs d'activités marchands (industrie par exemple) ou non marchands (administration publique, tiers secteurs) ainsi que par les ménages réunionnais. L'outil LOCALSHIFT® permet d'appréhender l'économie de l'île sous deux angles principaux :

- **Offre** : quels sont les biens et services (marchands ou non marchands) « produits » sur le territoire, qui les « consomme » et où ?
- **Demande** : quels sont les biens et services « consommés » (par les entreprises et les ménages) sur le territoire, qui les « produits » et où ? Cette demande émane à la fois des entreprises, des ménages et des administrations publiques.

Chaque secteur de l'économie réunionnaise peut ainsi être analysé sous deux angles :

- **En tant que fournisseur** : chaque secteur fait face à un certain niveau de demande locale (par exemple, la demande locale annuelle adressée au secteur BTP s'élève à x millions d'euros : construction de logements, de bureaux, de routes, etc.). Chaque secteur parvient à satisfaire une part plus ou moins importante de la demande locale qui lui est adressée, qui peut le cas échéant trouver une réponse à l'extérieur du territoire (importations en BTP).
- **En tant qu'acheteur** : pour produire des biens et des services, chaque secteur d'activités a besoin de réaliser des achats pour ses besoins de consommations intermédiaires et d'investissements (Par exemple, les acteurs du secteur BTP ont besoin d'acheter des matériaux de construction, de l'expertise technique, des services de comptabilité...). Ces achats peuvent être réalisés auprès d'autres acteurs économiques réunionnais ou donner lieu à des importations.

Le schéma ci-contre illustre et définit les flux étudiés.

Comparaison de La Réunion avec des territoires de taille similaire

Afin de compléter l'analyse, certains indicateurs réunionnais sont mis en regard avec une quarantaine de départements métropolitains présentant une population de taille équivalente (500 000 à 1,3 millions d'habitants).

De ce point de vue, une comparaison avec d'autres territoires de la France Océanique serait intéressante, elle n'a pu être réalisée pour l'instant car elle requiert un travail spécifique d'adaptation du modèle LOCALSHIFT pour chacun de ces territoires.

		Secteur acheteur						Exportations			
		1	2	3	4	Admin. Publique	Ménages				
Secteur fournisseur	1										
	2										
	3										
	4										
Importations											

Représentation schématique de « l'analyse entrée-sortie » du territoire.

Demande locale : Ensemble des biens et services consommés par les acteurs économiques locaux. Ceci comprend :

>> **Demande BtoB** (business to business) = toute demande « professionnelle » émanant des entreprises, administrations publiques, organisations sans but lucratif : consommations intermédiaires + dépenses d'investissement,

>> **Demande BtoC** (business to consumer) = toute demande émanant ou bénéficiant à un ménage : consommation marchande de biens et des services (incluant les investissements : équipements du ménage et achats immobiliers) + consommation non marchande (besoins des ménages pris en charge par l'Etat ou les collectivités locales correspondant aux transferts sociaux en nature : éducation, santé, aide au logement, etc.)

Production locale : Ensemble des biens et services produits par les entreprises et organisations du territoire. Ceci comprend :

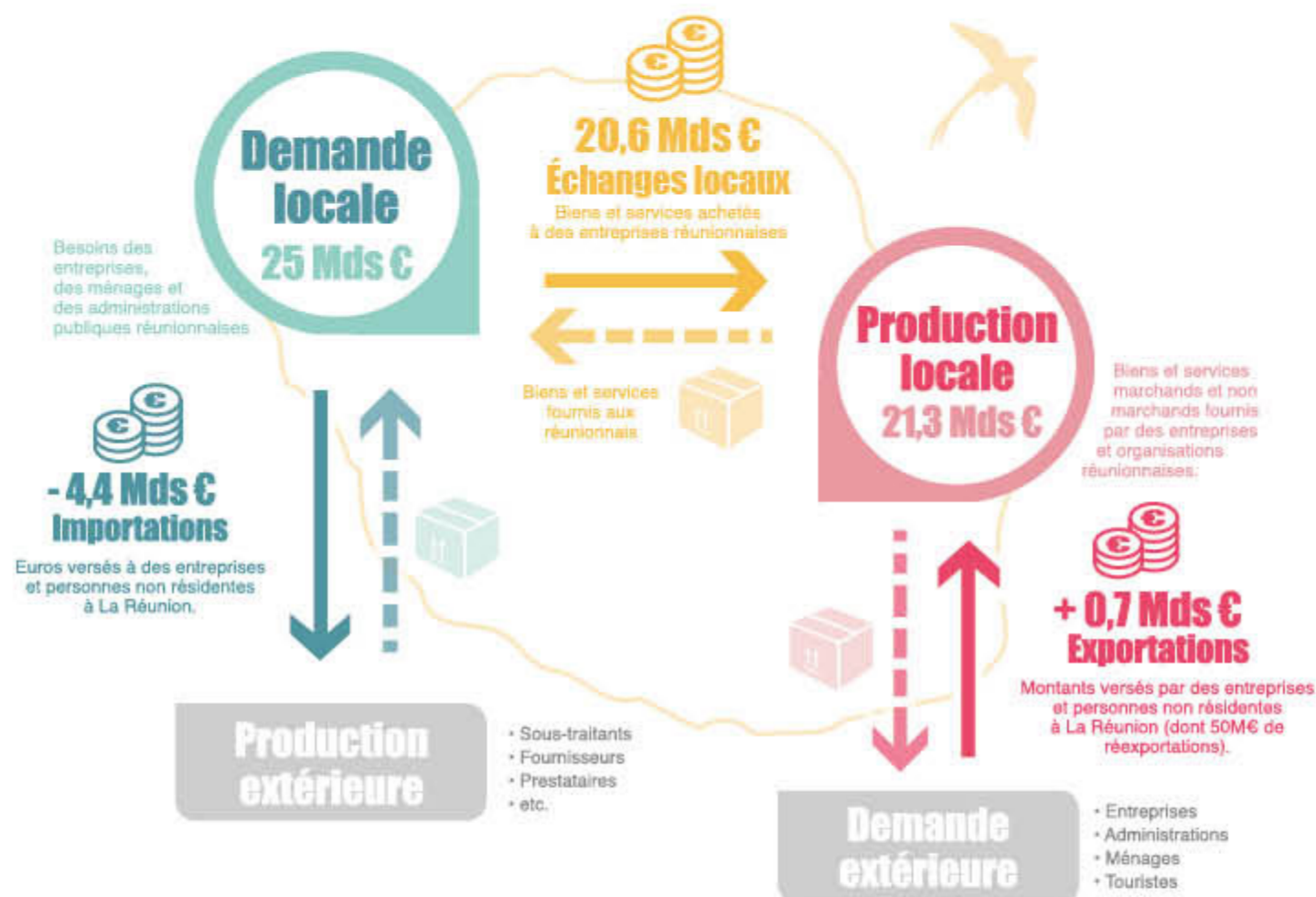
>> **Production marchande** : valeur des biens et services produits, hors marges commerciales ou de transports payés par l'acheteur (« prix producteurs »)

>> **Production non marchande** : (hors production des administrations publiques fournissant des services non individualisables) : production estimée aux coûts de production ; achats, investissements et salaires.



2. État des lieux du fonctionnement de l'économie réunionnaise :

Un regard complémentaire sur les fondamentaux du métabolisme économique réunionnais.



2.1 Quelle capacité de captation de richesses ?

Trois moteurs de croissance bien identifiés...

Parmi les différents leviers de captation de richesses à l'extérieur du territoire (voir partie précédente), trois jouent un rôle particulièrement important pour l'économie réunionnaise :

- **Exportation⁸** : les produits agroalimentaires emblématiques de l'île (sucre, poisson, rhum) représentent une large partie des exportations de biens réunionnaises.
- **Tourisme⁹** : les dépenses réalisées par les touristes provenant de l'extérieur de l'île constituent une source de revenus majeure pour l'économie réunionnaise.
- **Financements publics¹⁰** : depuis l'après-guerre et la départementalisation de l'île, les transferts financiers publics avec la métropole et l'Europe s'avèrent très largement positifs (entrées dépassant les sorties) et croissants. Ces transferts répondent historiquement à une volonté politique de rattrapage économique et social au niveau national, réaffirmée en 2017 avec la loi de programmation relative à l'égalité réelle outre-mer et ses contrats de convergence ainsi que par les assises de l'outre-mer.¹¹

... mais fragilisés pour partie

Si les exportations progressent et les recettes touristiques se maintiennent, plusieurs études font état d'un certain nombre de difficultés¹² :

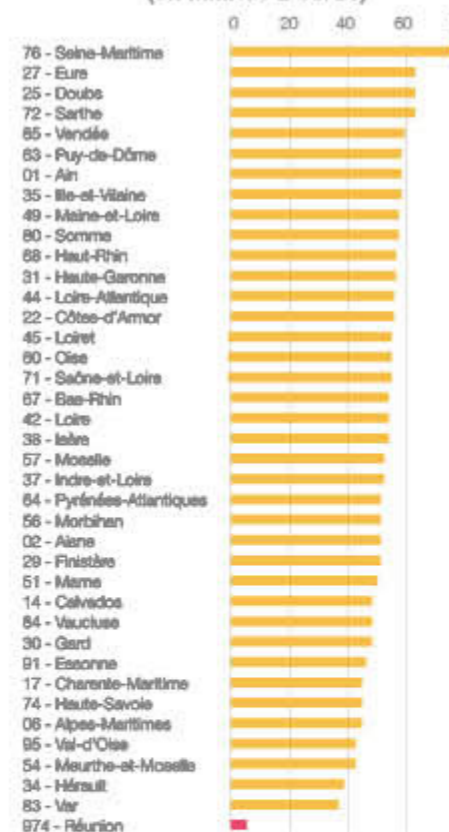
- **Le modèle de croissance reposant sur les transferts financiers massifs et croissants en provenance de la métropole et de l'Europe apparaît fragilisé.** Un certain nombre d'observateurs, notamment à La Réunion, estiment en effet que la forte augmentation de la dette publique dans plusieurs pays européens suite à la crise de 2008 signe l'entrée dans une nouvelle ère marquée par la stagnation, voire la décroissance, des dépenses publiques. La baisse des dotations de l'Etat aux collectivités en constitue une illustration tout à fait palpable. Comme le souligne l'économiste Laurent Davezies¹³, cette évolution constitue une menace pour tous les territoires dont l'économie repose fortement sur l'apport de transferts publics provenant du reste du pays. Cette analyse semble concerner directement l'économie réunionnaise.

• **Les exportations réunionnaises demeurent sous-développées** en raison de l'étrécissement du portefeuille des produits exportables et de la faible capacité productive d'une économie largement orientée vers la demande du territoire réunionnais : 62,7 % des exportations de biens sont constituées de produits alimentaires, dont 39,9 % proviennent de l'industrie sucrière¹⁰. De plus, la filière de la canne-sucre apparaît elle-même particulièrement fragile : activité protégée par des interventions publiques nationales et européennes, matière première cotée sur le marché mondial, suppression des quotas de production et des prix de soutien sur le marché communautaire en 2017 pour la filière canne à sucre. Il convient ici de rappeler le prisme régional de l'étude, une exportation est alors définie comme tout flux de bien ou service fourni à des entreprises ou des ménages non réunionnais. Les exportations prennent donc en compte les flux vers le reste de la France et à l'international, tout comme les dépenses touristiques.

Selon les estimations du modèle Localshift, les exportations représentent 680 M€¹¹ en 2016. 60% environ de ce montant concernant les dépenses touristiques et 26% les produits agroalimentaires (sucre, poisson, rhum).

Au regard de départements français de population comparable, le niveau d'exportation du territoire réunionnais apparaît particulièrement faible (voir graphique ci-dessous). En moyenne, les 38 départements de comparaison génèrent 53 000 euros d'exportation par poste de travail, tandis que ce ratio n'est que de 2 220 euros pour La Réunion. Ce décalage d'exportation illustre notamment le caractère insulaire du territoire réunionnais. A la différence des territoires de métropole, La Réunion ne peut exporter vers des territoires voisins contigus. De fait pour l'économie réunionnaise, exporter signifie d'emblée échanger régionalement avec des pays étrangers comme Madagascar, Maurice, les pays de l'Afrique de l'est... (hormis les échanges avec le département de Mayotte) C'est donc toute l'importance de donner à chaque territoire

Montant d'exportations par emploi (en milliers d'euros)



Graphique 1 : Montants d'exportations par emploi (en milliers d'euros). Lecture : Le département de Seine-Maritime génère près de 80 000 euros d'exportations par emploi.

de la France Océanique dont la Réunion, une représentation locale du ministère des affaires étrangères et du ministère des finances, afin de construire des relations économiques et diplomatiques avec les pays de la zone océan indien.

NOTE SUR LES EXPORTATIONS DE SERVICES

Des données statistiques concernant les exportations de services n'étant pas disponibles à la finesse nécessaire, les montants des services exportés sont calculés à partir des capacités de production locale en services et des ratios moyens nationales d'exportation de services reconstitués grâce au modèle Localshift (équilibres des imports/exports nationaux départementalisés). Les montants présentés sont des montants de production et non des chiffres d'affaires. Cependant, il est à noter qu'une confrontation avec d'autres méthodes d'approximation des exportations de services, notamment les travaux réalisés pour le Club Export et la DIECCTE semblent indiquer que les exportations de services estimées par la présente étude peuvent être en-deçà des flux réels. Un suivi statistique approfondi de ce type d'exportations apparaît nécessaire pour approfondir les analyses.

2.2 Quel effet multiplicateur local ?

Comme indiqué dans la première partie, l'effet multiplicateur traduit la capacité de l'économie réunionnaise à faire circuler en son sein les richesses produites localement.

L'outil Localshift permet de calculer l'effet multiplicateur de chaque secteur d'activités réunionnais (29 secteurs et 380 sous-secteurs) sur le reste de l'économie de l'île : lorsque tel secteur génère 100€ de production en direct, combien en génère-t-il en plus de façon indirecte et induite dans l'économie locale ? A titre d'exemple un effet multiplicateur de 1,5 se lit : « Pour 1€ de production dans le secteur, 0,5€ supplémentaire est généré par effet ricochet dans le reste de l'économie locale » (dans la chaîne de fournisseurs locaux, par les dépenses de consommation des salariés ou les dépenses publiques induites par les impôts/taxes).

Un effet multiplicateur local très supérieur à celui des départements de comparaison.

En pondérant chaque coefficient par le poids du secteur dans l'économie locale (en fonction de sa production en euros), un « multiplicateur local moyen » a été calculé pour l'ensemble de l'économie réunionnaise : en moyenne, pour 100€ de production initiale, 130€ circulent par effet ricochet dans l'économie locale.

Or, cet effet multiplicateur s'avère très supérieur à ce que l'on constate dans les départements de population équivalente (voir graphique ci-dessous). Cette « surperformance » de l'économie réunionnaise n'est pas anecdotique. Si l'effet multiplicateur de l'île se situait dans la moyenne des départements de comparaison (53€ pour 100€ de production directe) les impacts indirects et induits de la production annuelle de l'île (générés au cours des 2-3 années suivantes) passeraient de plus de 32 milliards d'euros à moins de 400 millions.

Cette performance exceptionnelle de l'économie réunionnaise n'est sans doute pas sans lien avec son caractère insulaire : La Réunion n'a pas de voisins directs. Cette singularité géographique freine les fuites de richesses et constitue une « incitation » forte à s'approvisionner localement, que ce soit pour la demande des ménages comme professionnelle.

x 2,3
d'effet multiplicateur

⁸ Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM) - La Réunion. Rapport annuel 2016

⁹ Observatoire régional du tourisme de la Réunion - La fréquentation touristique à la Réunion en 2016 - Février 2017

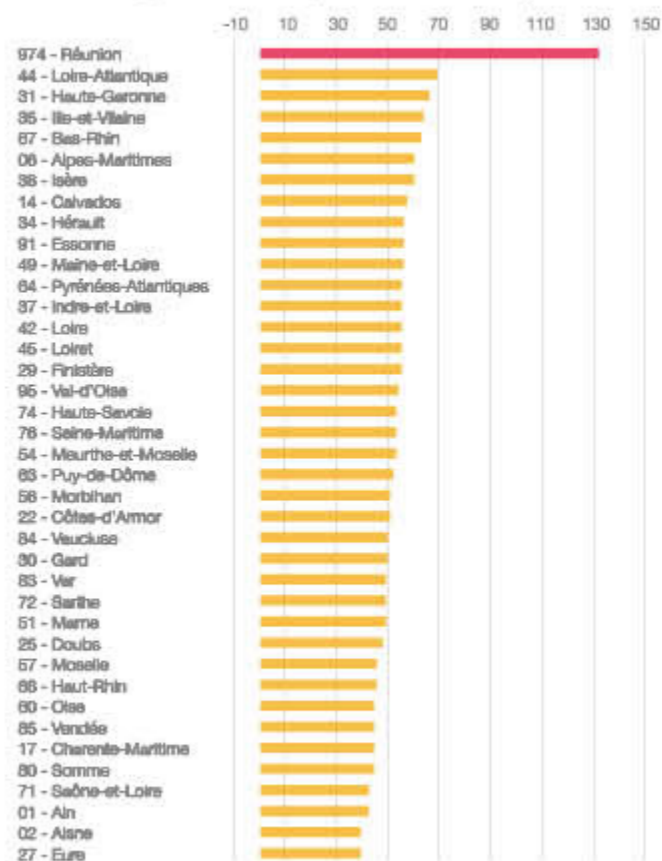
¹⁰ Rochoux Jean-Yves - La Réunion, une économie en transition - Université de La Réunion, La lettre du CEMOI, n°6, 2^{ème} Trim. 2016

¹¹ Laurent Davezies, La crise qui vient. La nouvelle fracture territoriale, Paris, Seuil, 2012.

¹² Observatoire régional du tourisme de la Réunion - La fréquentation touristique à la Réunion en 2016 - Février 2017

¹³ Excluant les dépenses touristiques, les exportations de biens réunionnais seuls s'élevaient à 315 millions d'euros selon l'Institut d'émission des départements d'outre-mer.

Effet multiplicateur local moyen (pour 100€ de production directe)



Graphique 2 : Effet multiplicateur local moyen.

Certains secteurs ont un effet multiplicateur particulièrement élevé

Au sein de l'économie réunionnaise, certains secteurs d'activités affichent des impacts indirects et induits nettement supérieurs à leur production directe (voir graphique ci-dessous) : notamment les secteurs information-communication (services de télécommunications, éditeurs, diffusion radio et télévisuelle...), hôtellerie-restauration, loisirs-culture-sports, immobilier,....

Effet multiplicateur sectoriels de La Réunion (pour 100€ de production directe)



Graphique 3 : Effets multiplicateurs sectoriels de La Réunion (pour 100€ de production directe). Lecture : Pour 100 euros produits dans l'Hôtellerie, Restauration à La Réunion, 50 euros supplémentaires circulent dans l'économie réunionnaise.

2.3 Quel ancrage/évasion de la demande locale ?

La demande locale représente l'ensemble des biens et services consommés chaque année par le tissu économique et les ménages de La Réunion. Elle recouvre à la fois :

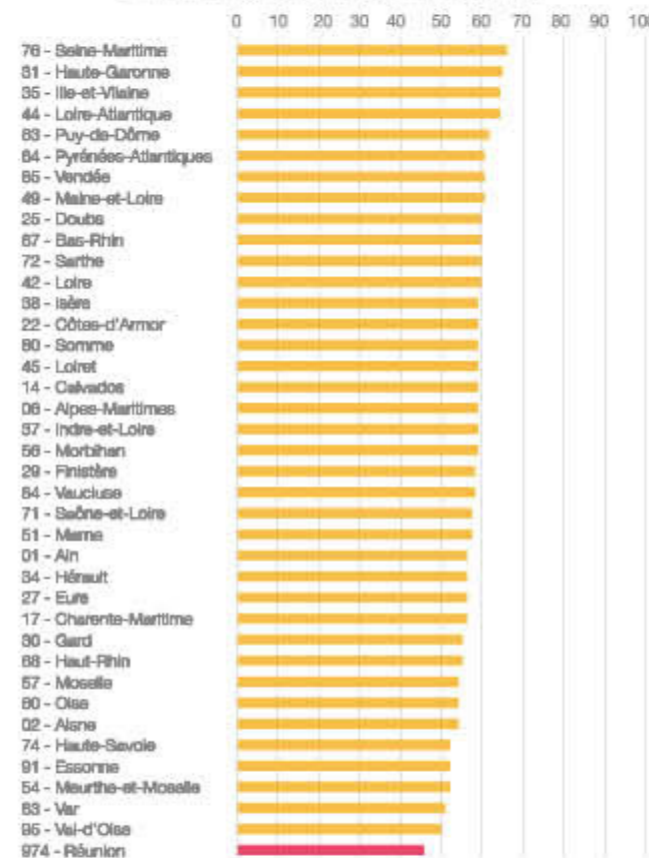
- **La demande BtoB** (business to business) = toute demande « professionnelle » émanant du secteur privé, du secteur public et du tiers secteur (ESS). Elle inclut les consommations intermédiaires et les dépenses d'investissement.
- **La demande BtoC** (business to consumer) = toute demande émanant ou bénéficiant aux ménages. Elle inclut la consommation marchande de biens et de services (y compris les investissements : équipements du ménage et achats immobiliers) ainsi que la consommation non marchande, c'est-à-dire les biens et services individualisables (dont les bénéficiaires peuvent être identifiés) fournis par le secteur public (notamment en matière d'éducation et de santé).

La demande locale réunionnaise s'élève à 25 milliards d'euros

Selon les estimations du modèle LOCALSHIFT, la demande locale réunionnaise s'élève à 25 milliards d'euros en 2016. La consommation professionnelle (BtoB) représente moins de la moitié (46%) de cette demande.

Comme l'indique le graphique ci-dessous, ceci constitue une autre spécificité réunionnaise. Cette moindre part de la demande BtoB peut être reliée à la faiblesse des exportations de l'île. En effet cette situation induit un relatif sous-développement d'un certain nombre d'activités à vocation exportatrice (industrie en particulier), ce qui implique de moindres besoins de consommations intermédiaires et d'investissements.

Part de la demande BtoB dans la demande locale totale (en %)



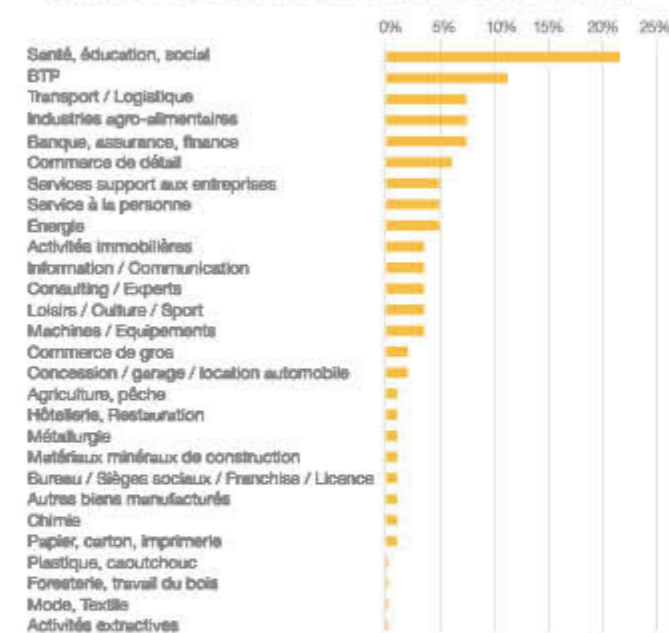
Graphique 4 : Part de la demande BtoB dans la demande locale totale (en %). Lecture : 46% de la demande de l'ensemble de l'économie réunionnaise concernent les échanges inter-entreprises.

La demande locale repose avant tout aux besoins des ménages

Le graphique ci-dessous décompose l'ensemble de la demande réunionnaise par postes de dépenses : part des différentes catégories de biens et de services consommés annuellement par les ménages et le tissu économique.

Le constat d'une économie réunionnaise reposant d'abord sur la demande finale intérieure semble se confirmer. En effet, parmi les principaux postes de consommation bon nombre peuvent être directement reliés aux besoins des ménages : santé-éducation-social, BTP, IAA, transports, commerce de détail, services à la personne, etc.

Décomposition de la demande de La Réunion par postes de dépense (en % de la demande totale)



Graphique 5 : Décomposition de la demande de La Réunion par postes de dépense (en % de la demande totale). Lecture : Plus de 20% de la demande de l'ensemble de l'économie réunionnaise est à destination des secteurs de la santé, l'éducation et le social.

La demande réunionnaise est satisfaite à 80% par la production de l'île

Sur les 25 milliards d'euros de biens et de services consommés en 2016 sur l'île, 20 milliards sont issus de la production réunionnaise. La capacité de l'économie réunionnaise à satisfaire la demande locale s'avère particulièrement élevée au regard des autres territoires français. Alors que la plupart des départements de comparaison peinent à satisfaire la moitié de leur demande, La Réunion parvient à répondre à 80% de la consommation locale (voir graphique ci-dessous).

Cette relative « autosuffisance » de l'économie réunionnaise peut s'expliquer par plusieurs éléments. Soulignons à nouveau que le caractère insulaire du territoire constitue une « contrainte » géographique pouvant inciter les acteurs économiques à développer des solutions locales et à privilégier les échanges internes. Il convient également de mentionner l'antériorité des logiques de substitution d'importations à La Réunion¹³ (voir partie 3). Enfin, le faible taux d'évasion de la demande réunionnaise (20%) reflète sans doute également la faiblesse des exportations du territoire. En effet, dans un contexte marqué par l'essor des « chaînes de valeur mondiales¹⁴ » (« global value chains »), les territoires exportateurs tendent à se spécialiser sur certaines activités et intègrent des flux croissants d'importations à leur production¹⁴. Peu exportateur, le tissu économique réunionnais génère une moindre demande d'inputs intermédiaires et donc un moindre volume d'importations.

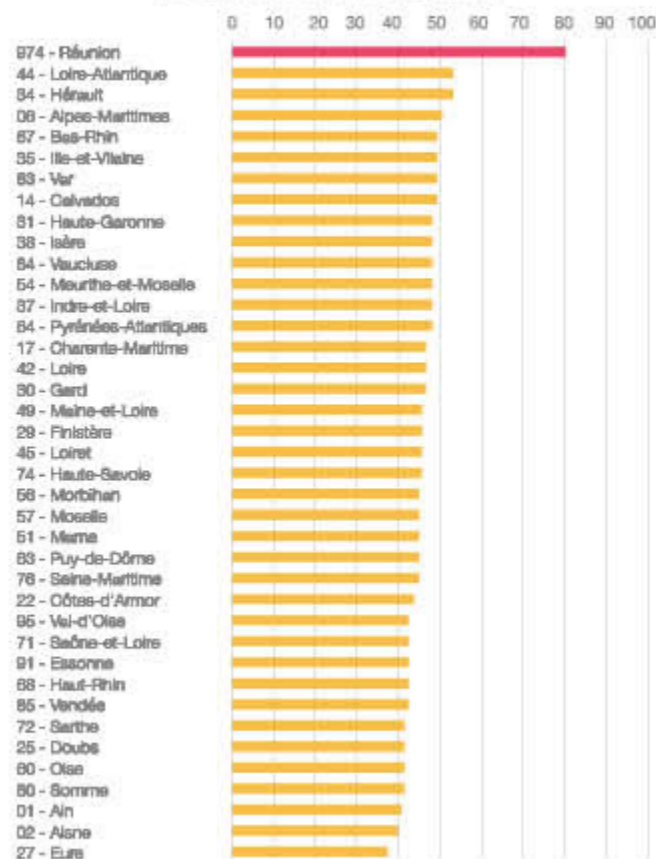
25Md'€
de demande locale réunionnaise
46% correspondent
à la consommation professionnelle

¹³ Rochoux Jean-Yves, La Réunion, une économie en transition - Université de La Réunion, La lettre du CEMOL n°6, 2^{ème} Trim. 2016.
¹⁴ Voir notamment Hoskman Bernard - Ajouter de la valeur - FMI, Finances & Développement Décembre 2013.

¹⁴ Voir notamment Durand Martine - Un nouveau regard sur la mondialisation : mesurer les échanges en valeur ajoutée - Problèmes économiques, numéro spécial, novembre 2013.



Part de la demande locale satisfaite par la production locale (en %)



Graphique 6 : Part de la demande locale satisfaite par la production locale. Lecture : 80% de la demande locale réunionnaise est satisfaite par la production locale.

Toutefois la question de la dépendance aux importations demeure d'actualité

En dépit de sa relative « autonomie », l'économie réunionnaise génère des importations importantes qui s'avèrent nettement supérieures à ses exportations. D'après nos estimations, en 2016, les importations de biens et de services s'élèvent à 4,4 milliards d'euros, tandis que les exportations ne dépassent pas le milliard d'euros (680 millions d'euros).

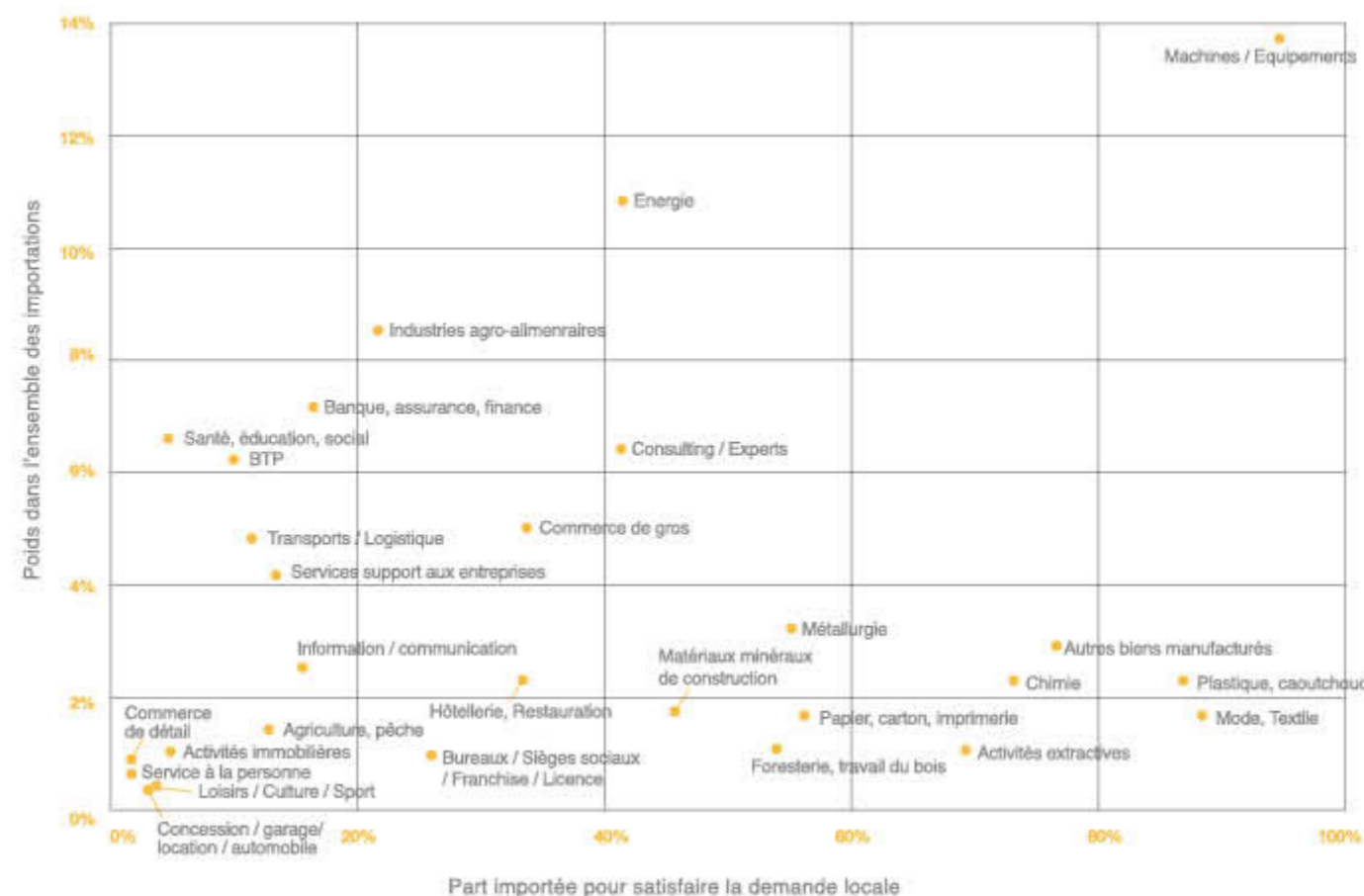
Cette balance commerciale très déficitaire soulève des enjeux importants pour l'économie réunionnaise. Au vu de la faiblesse des exportations réunionnaises et dans l'hypothèse d'une stagnation des transferts financiers publics en provenance de la métropole, elle questionne la capacité de l'île à soutenir durablement (solvabilité) les flux d'importations actuels.

D'autre part, même si l'évasion de la demande locale demeure limitée comparativement à d'autres territoires, elle représente malgré tout une source de vulnérabilité. En effet, le faible développement à l'exportation de l'économie réunionnaise indique que la majeure partie des importations actuelles correspond à des besoins strictement insulaires : consommations directes des ménages ou consommations des activités locales dont la production est avant tout destinée au territoire réunionnais. En d'autres termes, importer pour alimenter des productions destinées à l'exportation ou importer pour répondre à des besoins locaux ne soulève pas les mêmes enjeux de dépendance. Dans un cas la dégradation des conditions d'importations peut fragiliser la capacité à exporter, dans l'autre elle remet en cause la satisfaction des besoins locaux.

De ce point de vue, le degré de dépendance aux importations de l'économie réunionnaise peut être appréhendé à travers deux indicateurs (voir graphique ci-dessous). Pour chaque poste d'importation, il est possible de calculer :

- Son poids dans l'ensemble des importations
- Son poids dans la satisfaction de la demande locale.

Évaluation de la dépendance aux importations de l'économie réunionnaise



Graphique 7 : Évaluation de la dépendance aux importations de l'économie réunionnaise. Lecture : les importations de Machines-Equipements représentent 20% de l'ensemble des importations réunionnaises et elles satisfont 94% de la demande locale adressée à ce secteur.

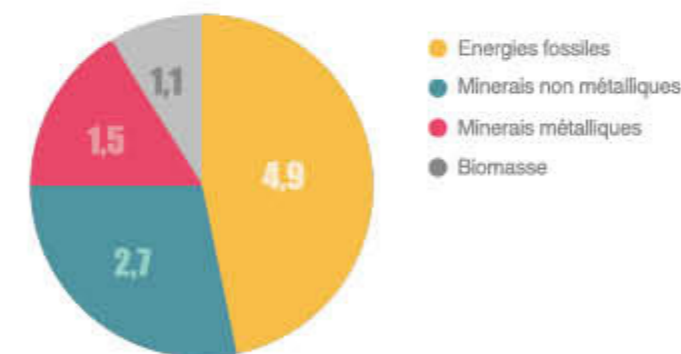


Les importations de machines et équipements retiennent tout particulièrement l'attention. Elles constituent le premier poste d'importation (600 millions d'euros) et satisfont la quasi-totalité (94%) de la demande réunionnaise de machines et équipements. La dépendance manufacturière de l'économie réunionnaise ressort clairement. Plus largement, les 10 premiers postes d'importation représentent près des ¾ des importations réunionnaises. L'énergie et les produits agroalimentaires figurent en 2^{ème} et 3^{ème} position, soit des importations correspondant à des besoins fondamentaux de l'île.

les décennies à venir est celle d'une raréfaction croissante de nombreuses matières premières vitales pour l'économie moderne – en particulier les énergies fossiles et les métaux¹⁷. Dans ce contexte, les importations apparaissent pour partie comme un facteur de vulnérabilité pour l'économie réunionnaise : soulevant des risques en termes de sécurité d'approvisionnement et de volatilité des prix, la dégradation de la disponibilité de certaines ressources pourrait remettre en question la satisfaction durable des besoins de l'île.

Enfin, une autre manière d'envisager la dépendance extérieure de l'économie réunionnaise consiste à s'intéresser au contenu en matières premières des importations. En effet, la dépendance économique des territoires se double souvent d'une dépendance matérielle. L'outil LOCALSHIFT permet d'évaluer l'« empreinte matières » des importations réunionnaises, c'est-à-dire l'ensemble des ressources naturelles (énergies fossiles, métaux, minéraux non métalliques, biomasse) consommées tout au long de la chaîne de production/transport des biens et services importés¹⁸. Les importations de La Réunion en 2016 ont ainsi nécessité la consommation de plus de 10 millions de tonnes de matières premières. Comme l'indique le graphique ci-dessous, les énergies fossiles en constituent près de la moitié ; si l'on ajoute les minerais métalliques, on constate que plus de 60% de l'empreinte matières réunionnaise se compose de ressources non renouvelables et non disponibles en France. Or de nombreux travaux scientifiques tendent à montrer que la perspective la plus probable pour

Décomposition du contenu en matières premières des importations de La Réunion en 2016 (en millions de tonnes)



¹⁸ Ce montant n'inclut pas les 800 millions d'euros d'achat d'avion, dépense exceptionnelle sur 2016 considérée par le comité technique comme non représentative du fonctionnement moyen de l'économie réunionnaise.
¹⁹ Voir Boris Chabanel et Amaud Florentin - L'empreinte matérielle des

importations lyonnaises. Quelles dépendances, vulnérabilités, opportunités ? - Métropole de Lyon, avril 2017.
¹⁷ Voir Boris Chabanel - L'empreinte matérielle de l'économie. Quels enjeux de compétitivité et de résilience ? - Métropole de Lyon, septembre 2016

3. Enjeux stratégiques

3.1 Un objectif fédérateur : booster le tissu économique réunionnais à partir de la demande locale

La demande locale, un « actif économique » crucial pour les territoires

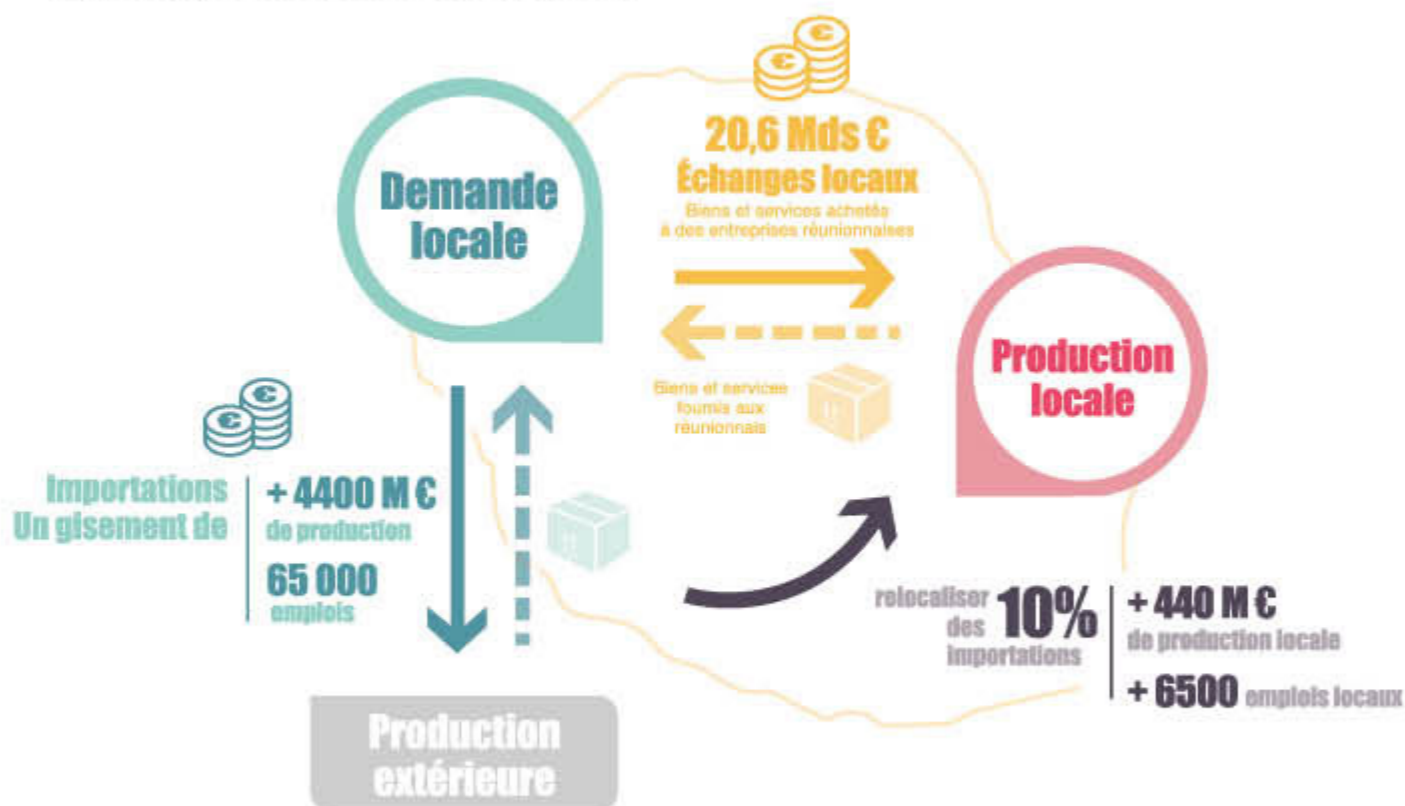
Dans une économie de marché ouverte et globalisée, les discours des décideurs et les analyses des experts assimilent généralement la création de richesses à la capacité de produire des biens et de services compétitifs sur les marchés mondiaux. En termes de politiques économiques, la compétitivité du tissu d'entreprises apparaît comme que le premier « actif économique » du pays et de ses territoires, et son renforcement est présenté souvent comme la première des priorités.

Bien que nécessaire et légitime, l'accent mis sur la « politique de l'offre » peut cependant conduire à sous-estimer l'importance de la demande locale. Comme l'avait démontré en son temps J.-M. Keynes, **toute production n'a de valeur économique que si elle parvient à rencontrer une demande solvable** : la production est réalisée en fonction de la demande anticipée par les entreprises, ce que rappellent avec constance les enquêtes menées par l'INSEE auprès des chefs d'entreprise. Pour le dire simplement, la production a besoin de la demande et vice-versa. Or, l'impératif de conquêtes des marchés mondiaux peut faire oublier une autre réalité économique qui a la vie dure : les échanges décroissent avec la distance géographique. Il apparaît en effet plus facile de vendre à ses voisins les plus proches, comme en témoignent par exemple les statistiques du commerce extérieur de la France : les pays frontaliers demeurent les principaux partenaires commerciaux du pays. De plus, dans un contexte marqué par des mutations économiques plus rapides et brutales – intensification de la concurrence internationale, accélération du changement technologique, financiarisation de la gouvernance des firmes, etc. – investir et fidéliser la demande de proximité peut constituer un levier pertinent pour renforcer la résilience de l'économie locale.

Ré-enraciner 10% des importations réunionnaises

La demande locale (marchande et non marchande) constitue un **potentiel de développement plus ou moins capté par les acteurs économiques locaux** (entreprises, secteur public, tiers secteur). Comme indiqué plus haut, le tissu économique réunionnais parvient d'ores et déjà à répondre à 80% de la demande locale. Mais cela ne veut pas dire que les marges de progrès soient épuisées. Les importations réunionnaises s'élèvent aujourd'hui à plus de 4,4 milliards d'euros. Cela donne une idée du gisement d'activités pouvant être développés localement. Un potentiel d'activité qui représente également un réservoir d'emplois significatifs : le contenu en emplois des importations représente plus de 65 000 emplois. Rappelons que s'ajoutent à cela les effets multiplicateurs supplémentaires pouvant être générés par le surcroît de production locale permis par la relocalisation.

Ré-enraciner une partie de ce potentiel peut constituer un objectif structurant et fédérateur pour le développement de l'économie réunionnaise. Une manière de se donner une perspective volontariste et mobilisatrice peut être de fixer comme objectif de **relocaliser 10% des importations à un horizon plus ou moins proche** (principe du « shift 10% » utilisé par des mouvements d'entrepreneurs nord-américains). Dans le cas réunionnais, convertir 10% des importations en échanges locaux permettrait de générer 520 millions d'euros de production et 7 300 emplois supplémentaires au sein de l'économie locale (voir schéma ci-dessous).



3.2 Diversifier – Densifier : deux axes stratégiques pour développer l'économie réunionnaise à partir de la demande locale

Convertir une partie des importations réunionnaises en échanges locaux soulève un double enjeu :

- Renforcer la capacité du tissu entrepreneurial réunionnais à répondre aux besoins locaux.
- Favoriser la rencontre entre l'offre et la demande locales.

1

Diversifier
Apporter des réponses locales aux besoins locaux

« Pour consommer local, encore faut-il que l'offre locale soit au rendez-vous »

2

Densifier
Favoriser les échanges locaux

« Il ne suffit pas que les acteurs soient proches pour qu'ils échangent entre eux »

Diversifier la production locale pour répondre à la demande locale : un enjeu entrepreneurial

Ré-enraciner l'économie implique tout d'abord d'être en mesure de proposer des réponses locales aux besoins locaux. De fait, les importations peuvent refléter l'absence d'alternatives locales disponibles et/ou performantes. Réduire l'évasion de la demande réunionnaise implique donc de **développer une offre locale susceptible de se substituer aux biens et services aujourd'hui importés**. Cet enjeu revêt une dimension éminemment entrepreneuriale.

Du point de vue des entrepreneurs locaux, les importations constituent un révélateur de la demande locale non satisfaite, c'est-à-dire les marchés locaux disponibles (BtoB / BtoC) sur lesquels ils pourraient se positionner à l'avenir. **Investir ces marchés locaux ne peut toutefois se résumer à proposer une copie locale d'un produit importé**. D'une part, la compétitivité de l'offre locale implique une **différenciation** permettant d'apporter une réponse plus qualitative aux besoins locaux (personnalisation, fonctionnalités, transparence, etc.). D'autre part, il apparaît essentiel que les modèles entrepreneuriaux locaux reposent eux-mêmes davantage sur les **ressources locales** (fournitures, services, ressources humaines, matières premières, financements...) afin de maximiser les effets multiplicateurs locaux et de favoriser un développement économique plus collaboratif (renforcer les coopérations économiques entre acteurs), plus inclusif (élargir les opportunités d'emplois accessibles à tous), plus résilient (réduire la dépendance aux matières premières extérieures).

Pour les entrepreneurs locaux, les importations peuvent donc constituer une forte incitation à développer de nouvelles compétences, de nouveaux produits, de nouvelles activités favorisant la **diversification et le renouvellement des biens et services produits localement**¹⁹. Cette dynamique entrepreneuriale peut d'ailleurs s'inscrire dans un processus cumulatif : au fur et à mesure de sa diversification, le tissu économique peut s'attaquer à des produits importés de plus en plus complexes.

Cette logique de diversification trouve un réel écho à La Réunion. Comme le souligne l'économiste du CEMO! Jean-Yves Rochoux²⁰, l'industrialisation de l'île s'est fondée à partir des années 1980 sur une stratégie de soutien aux productions venant se substituer à certaines importations. Le cas de l'agriculture apparaît emblématique de cette démarche, avec

une diversification de la production, le développement des filières agroindustrielles aval et l'intégration de la distribution dans le processus. Dans ce contexte, l'étude REELLE peut être l'occasion de valoriser et de donner un nouveau « coup de fouet » à cette dynamique réunionnaise en révélant les milliers de niches locales restant à investir.

C'est aussi l'opportunité de faire de La Réunion un avant-poste de l'**essor de l'« entrepreneuriat de territoire »** auquel on assiste depuis quelques années en France²¹, à savoir la multiplication de projets entrepreneuriaux se donnant pour mission d'apporter des réponses durables aux besoins locaux en s'appuyant sur les ressources locales.

Favoriser l'émergence d'entreprises...

... apportant des réponses durables aux besoins locaux (BtoB / BtoC)



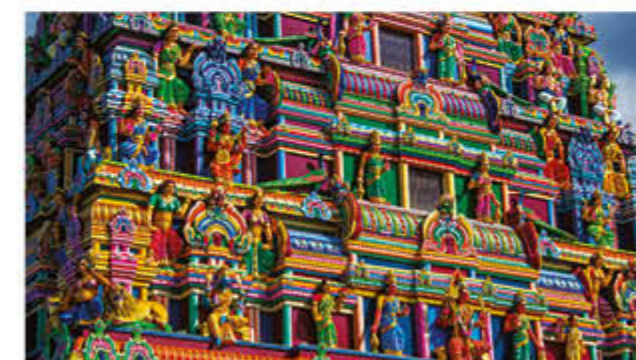
... en s'appuyant sur les ressources locales (fournitures, services, ressources humaines, matières premières, financements...)

Densifier les échanges locaux : un enjeu d'intermédiation

Renforcer l'offre est indispensable pour élargir les possibilités d'échange local. Toutefois, ceci peut se révéler insuffisant dans la mesure où **il ne suffit pas qu'acheteurs et fournisseurs soient coprésents sur le territoire pour qu'ils « fassent affaire »**. En effet, parce qu'elles peuvent manquer de temps, de réseau, d'organisation interne, etc. les entreprises ne sont pas toujours en mesure de connaître l'ensemble des opportunités d'approvisionnement et de débouchés qui s'offrent à elles localement. Rendre possible des échanges interentreprises qui n'auraient pas émergé spontanément peut apparaître dès lors comme un véritable enjeu de politique économique : comment faire en sorte que chaque activité réunionnaise développe pleinement ses approvisionnements et ses débouchés locaux ?

De même, si les ménages affichent de plus en plus une aspiration à « consommer mieux²² » et « consommer plus local²³ », il n'est pas toujours aisé pour eux d'identifier les commerces, les produits et les services apportant des solutions plus locales, plus qualitatives et plus durables à leurs besoins.

L'amplification des échanges économiques locaux implique de **faciliter les connexions entre l'offre et la demande locales**. Structurer cette fonction d'intermédiation à l'échelle territoriale prend une importance croissante face à l'essor fulgurant des plateformes numériques. Mettant en relations une multitude d'utilisateurs et de fournisseurs, ces dernières sont en capacité de capter une part de plus en plus significative de la valeur économique créée et consommée dans les territoires²⁴.



¹⁹ Voir les travaux de l'urbaniste et économiste canadienne Jane Jacobs : Les Villes et la Richesse des Nations. réflexions sur la vie économique - Montréal : éditions du Boréal, 2001.

²⁰ Rochoux Jean-Yves - La Réunion, une économie en transition - Université de La Réunion; La lettre CEMO!, n°6, 2^{ème} Trim. 2016.

²¹ Sylvain Baudel – Accompagner l'essor d'un entrepreneuriat de territoire – Caisse des dépôts, mai 2017.

Mieux répondre à la demande locale peut également contribuer au renforcement de la capacité exportatrice de l'île.

Même si cela peut sembler contre-intuitif, la relocalisation de l'économie n'implique pas une diminution des échanges et la remise en cause du principe d'ouverture économique. Au contraire, mieux répondre à la demande locale peut faire émerger de nouveaux besoins (diversification de la demande) et permettre de dégager davantage de revenus pour acquérir sur le marché extérieur des produits et services plus performants, plus qualitatifs, plus onéreux ; lesquels peuvent ensuite stimuler la « montée en gamme » du tissu économique local²⁵.

D'autre part, la diversification de la production locale suscitée par le remplacement des importations peut ouvrir la voie à de nouveaux débouchés sur les marchés extérieurs. En effet, les produits importés peuvent constituer une source d'inspiration favorisant l'émergence d'innovations – nouveau design, nouvelles fonctionnalités, nouveaux produits, nouvelles méthodes de production, etc. – permettant de mieux répondre à la demande locale. Ces éléments de différenciation de l'offre locale et la capacité à servir un marché tel que La Réunion peuvent alors revêtir un véritable potentiel à l'exportation.

Dit autrement, mieux répondre à la demande locale aujourd'hui peut permettre d'être en capacité de mieux capter la demande extérieure demain. Or, comme on l'a vu plus haut, le rééquilibrage des échanges extérieurs réunionnais appelle aussi un développement des exportations afin de faire entrer des revenus supplémentaires sur l'île.

« Promouvoir la relocalisation de l'économie n'est pas remettre en cause le principe d'ouverture économique. Il s'agit plutôt de repenser en la rééquilibrant, notre conception de la mondialisation »

La nécessité de faire émerger de « nouvelles pépites » en capacité de répondre à la demande locale et de rencontrer le succès à l'extérieur semble également faire consensus à La Réunion. A titre illustratif, Jean-Yves Rochoux évoque dans ces travaux l'exemple de la start-up réunionnaise Data Prisme. Celle-ci propose un logiciel de transferts de données (Cheetah) qui peut se substituer à certains des éléments des suites type Windows ou Oracle et qui est spécialement destiné à des entreprises de taille intermédiaire. Cela est spécialement adapté à la situation réunionnaise, mais comme le marché local est limité, les responsables de l'entreprise envisagent un développement vers l'Afrique de l'Est.

3.3 Evaluer et prioriser les marchés locaux potentiels de La Réunion

Décomposer le potentiel global pour identifier les opportunités les plus prometteuses

L'ensemble des importations de La Réunion représentent un gisement de 4,4 milliards de production et de 65 000 emplois. Investir ce potentiel global suppose de pouvoir le « dégrossir », c'est à dire de décomposer les milliers de niches locales qui s'offrent aux entrepreneurs réunionnais. Réaliser une telle étude de marché territoriale se justifie d'autant que l'efficacité de l'intervention des acteurs du développement économique peut impliquer de définir un certain nombre de priorités sectorielles. Ce travail doit donc également faciliter l'identification des meilleures opportunités de relocalisation pour l'économie de La Réunion.

Il convient de préciser immédiatement que cette étape de priorisation ne peut être ni définitive, ni exclusive : les priorités définies d'aujourd'hui ne remettent pas en cause le fait que bien

d'autres niches locales peuvent être investies dans la durée. Autre remarque essentielle, ce travail de sélection gagnerait à faire l'objet d'une co-construction avec l'ensemble des acteurs locaux concernés : entreprises, organisations professionnelles, chambres consulaires, collectivités, consommateurs locaux, chercheurs et experts, etc. De multiples critères peuvent en effet être mobilisés pour juger de l'opportunité de tel ou tel marché local potentiel : entreprises existantes, présence de porteurs de projet, disponibilité du foncier, besoin en ressources humaines, capacité d'investissement, maîtrise technologique, etc. A notre sens, seule une dynamique collective et partenariale peut permettre d'opérer les choix les plus judicieux et mobilisateurs.

Premier panorama des marchés locaux potentiels

Une première « mise à plat » consiste à classer les marchés locaux potentiels (importations décomposés en 28 secteurs fournisseurs) en fonction de leur taille (en millions d'euros) et des perspectives de création d'emplois qu'ils soulèvent (voir graphiques ci-dessous). Ces deux critères sont les plus évidents car ils permettent de pointer les marchés où il y a le plus « gros à gagner » en termes de développement économique et social. Le troisième critère présenté ci-dessous – l'indice de spécificité – permet de questionner la capacité actuelle de l'économie réunionnaise à développer une offre sur le marché considéré : cela sera d'autant plus le cas que La Réunion compte d'ores et déjà un socle d'entreprises et d'emplois dans le secteur fournisseur considéré, et inversement.

Ces premiers éclairages montrent que :

- Le marché des machines-équipements offre de loin les potentiels d'activités et d'emplois les plus importants : plus d'1 milliards d'euros et près de 10 000 emplois. Toutefois, l'effort entrepreneurial à réaliser pour concrétiser ce potentiel apparaît important puisque ce secteur est aujourd'hui largement sous-représenté au sein de l'économie réunionnaise.
- Ce constat vaut également pour le domaine du Consulting et de l'Expertise, qui représente un potentiel de près de 7 000 postes, à condition toutefois de développer significativement cette activité 2 fois moins représentée à la Réunion qu'au niveau national.
- En revanche, les activités relevant de l'agriculture, de la pêche et de l'agroalimentaire représentent à la fois des gisements de production et d'emplois significatifs, ainsi que des points forts de l'économie réunionnaise. Renforcer les volumes et la diversité des productions paraît de nature à pallier une partie des importations.
- Plusieurs secteurs de services aux entreprises présentent des potentiels d'activités et d'emplois important, tout en étant développés sur le territoire réunionnais.

D'autres critères de choix complémentaires peuvent alors être pris en compte :

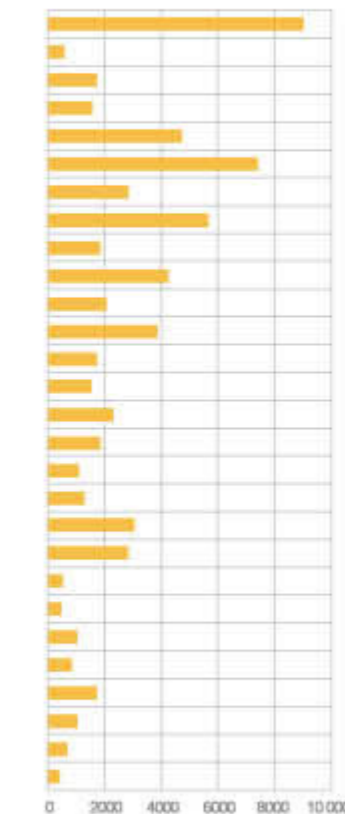
- Secteur fournisseur spécifique à l'économie Réunionnaise, niche ou savoir-faire local,
- Secteurs clients permettant d'envisager le renforcement de filières locales
- Secteurs partenaires potentiels pour le réemploi de matières premières en substitution à l'import... (potentiel d'économie circulaire...)
- Secteur fournisseur générant des effets multiplicateurs importants.
- Secteur fournisseur peu consommateur de foncier
- Potentiel d'innovation dans le modèle économique, écart technologique à la substitution de matière première
- ...

Ces critères sont à discuter lors d'ateliers stratégiques réunissant un large panel d'acteurs économiques.

Perte de potentiels économiques (en M€)



Création de postes théorique



Indice de spécificité



Un outil Excel contenant l'ensemble des nœuds d'échanges

L'outil LOCALSHIFT® permet également de « zoomer » sur chacun de ces marchés locaux potentiels de façon à détailler (à la maille de 380 secteurs), d'une part les « secteurs fournisseurs » sur lesquels les entreprises locales pourraient se positionner,

et d'autre part les « secteurs clients » auxquels elles pourraient s'adresser. Il est possible ainsi d'identifier des milliers de marchés locaux potentiels. Cet outil est présenté aux développeurs économiques locaux lors de formations spécifiques.

ECHANGES LOCAUX

Secteurs vendeurs	Secteurs Acheteurs																			
	Agriculture, pêche	Activités extractives	Energie	BTP	Forêt/travail du bois	Matériaux minéraux de construction	Métallurgie	Machines / Equipements	Autres biens manufacturés	Industrie agro-alimentaire	Mode, Textile	Papier, carton, imprimerie	Chimie	Plastique, caoutchouc	Commerce de gros	Commerce de détail	Construction / garage / location automobile	Transport / Logistique	Information / Communication	
Agriculture, pêche	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000

Matrice des échanges inter-sectoriels locaux extraite de l'outil Localshift.

²⁵ OBSOCO - L'observatoire des consommations émergentes. Evolution des tendances de consommation - 2012.
²⁶ Crédoc - Représentations de la consommation en période de sortie de crise économique - Cahier de recherche, n° 323, décembre 2015.
²⁷ Boris Chabanel, Emile Hooge et Claire-Marine Javary - Plateformes

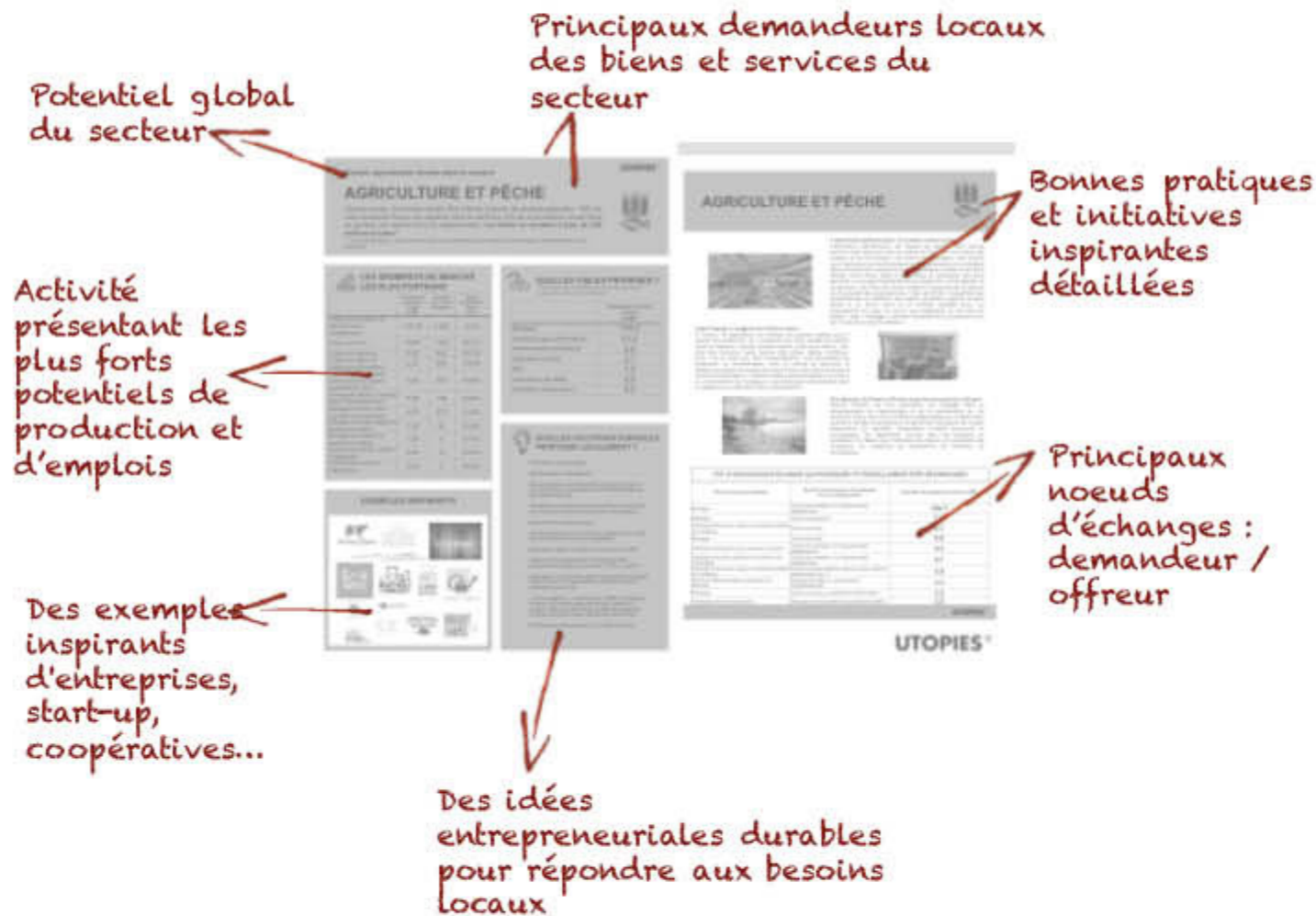
numériques et territoires quels enjeux pour la collectivité? - Rapport pour la Métropole de Lyon, octobre 2016.
²⁸ Jane Jacobs : Les Villes et la Richesse des Nations. Réflexions sur la vie économique - Montréal : éditions du Boréal, 1992. Jane Jacobs - La nature des économies - Montréal : éditions du Boréal, 2001.

Un catalogue des marchés locaux potentiels

Chacun de ces 28 marchés locaux potentiels peut être décomposé de façon détaillée. C'est l'objet du catalogue des marchés locaux potentiels joint à ce rapport. Celui-ci se compose d'une série de fiches qui apportent 6 types d'informations :

- 1 Evaluation en euros de la demande locale totale (ménages + secteur privé + secteur public) et les pertes de potentiels économiques (part de la demande locale qui trouve une réponse hors du territoire)
- 2 Segments de marché sur lesquels le potentiel de ré-enracinement de l'activité dans la région est le plus important. Le classement est réalisé sur la base des pertes de potentiels économiques exprimées en euros mais est également fournies en emplois et en % d'autonomie du territoire (part de la demande locale qui rencontre une offre locale).

- 3 Cibles «acheteurs» à prioriser : secteurs locaux qui achètent le plus les produits et services du secteur hors du territoire
- 4 Le Top 10 des nœuds d'échange à fort potentiel : quels échanges «sortent» le plus du territoire ?
- 5 Des idées entrepreneuriales innovantes - non exhaustives - capables de répondre à l'équation : «re-localiser des activités dans la région capables d'apporter une réponse aux besoins locaux, souvent des niches locales, et avec les ressources techniques, humaines et matérielles du territoire»
- 6 Des exemples inspirants d'entreprises, start-up, coopératives, entreprises sociales et autres formes entrepreneuriales (très majoritairement des TPE/PME) en France comme à l'étranger



On peut détailler ainsi l'analyse du secteur Industries Agroalimentaires (cf. Annexe), pour lesquelles la demande locale s'élève à 1,8Mds€ et dont 24% soit 400M€ trouve réponse en dehors du territoire.

- Les 3 principaux demandeurs qui trouvent réponse à leur demande en dehors du territoire sont les ménages (32% des fuites en IAA), les IAA elles-mêmes (22%) et l'Hôtellerie Restauration (19%).
- Les segments de marché qui représentent le plus de potentiel s'ils venaient à être ré-ancrés sont situés dans les filières de transformation viandes et de volailles avec des potentiels de 49 M€ et 24 M€ représentant plus de 350 postes.
- Du point de vue de l'analyse par les nœuds d'échanges entre les secteurs locaux acheteurs qui sont donc des clients potentiels et les secteurs qui fournissent depuis l'extérieur du territoire, on note un potentiel de 7 M€ de culture de fruits à destination du secteur de Fabrication de sucre, cacao, chocolat et produits de confiserie.

UN TRAVAIL À APPROFONDIR SUR L'ARTISANAT :

Il serait intéressant d'explorer une analyse complémentaire des potentiels à partir des données d'importation d'artisanat.

Exploration globale des stratégies de maximisation de l'ancrage réunionnais

Cette approche détaillée peut s'articuler avec une vision plus transversale consistant à explorer l'ancrage local des secteurs d'activités de l'économie réunionnaise à la fois en tant que fournisseurs et acheteurs :

• En tant que fournisseur, chaque secteur satisfait quelle part de la demande de La Réunion ?

• En tant qu'acheteur, chaque secteur réalise quelle part de ses achats sur l'île ?

On peut ainsi catégoriser les secteurs d'activité et explorer quel levier de maximisation de l'ancrage réunionnais serait à privilégier. Les pistes d'actions sont détaillées dans la boîte à outil qui suit.

• Catégorie 1 : Densifier et diversifier.

Concerne les secteurs qui satisfont localement moins de 80% de la demande qui leur est adressée et à la fois ne trouvent pas de réponse locale à leurs propres besoins, achetant ainsi plus de 80% de leur consommation en dehors du territoire. Machines et équipements, Plastique Caoutchouc, ModeTextile, Biens manufacturés, Métallurgie, Chimie, Papier carton imprimerie, Travail du bois Foresterie, Industries agro-alimentaires...

• Catégorie 2 : Privilégier la densification et travailler sur la demande locale.

Concerne les secteurs achetant moins de 80% de leurs besoins sur le territoire mais qui satisfont largement localement la demande qui leur est adressée. Agriculture pêche, BTP, Transport logistique, Services automobiles, Santé : éducation, social, Services à la personne, commerce de détail...

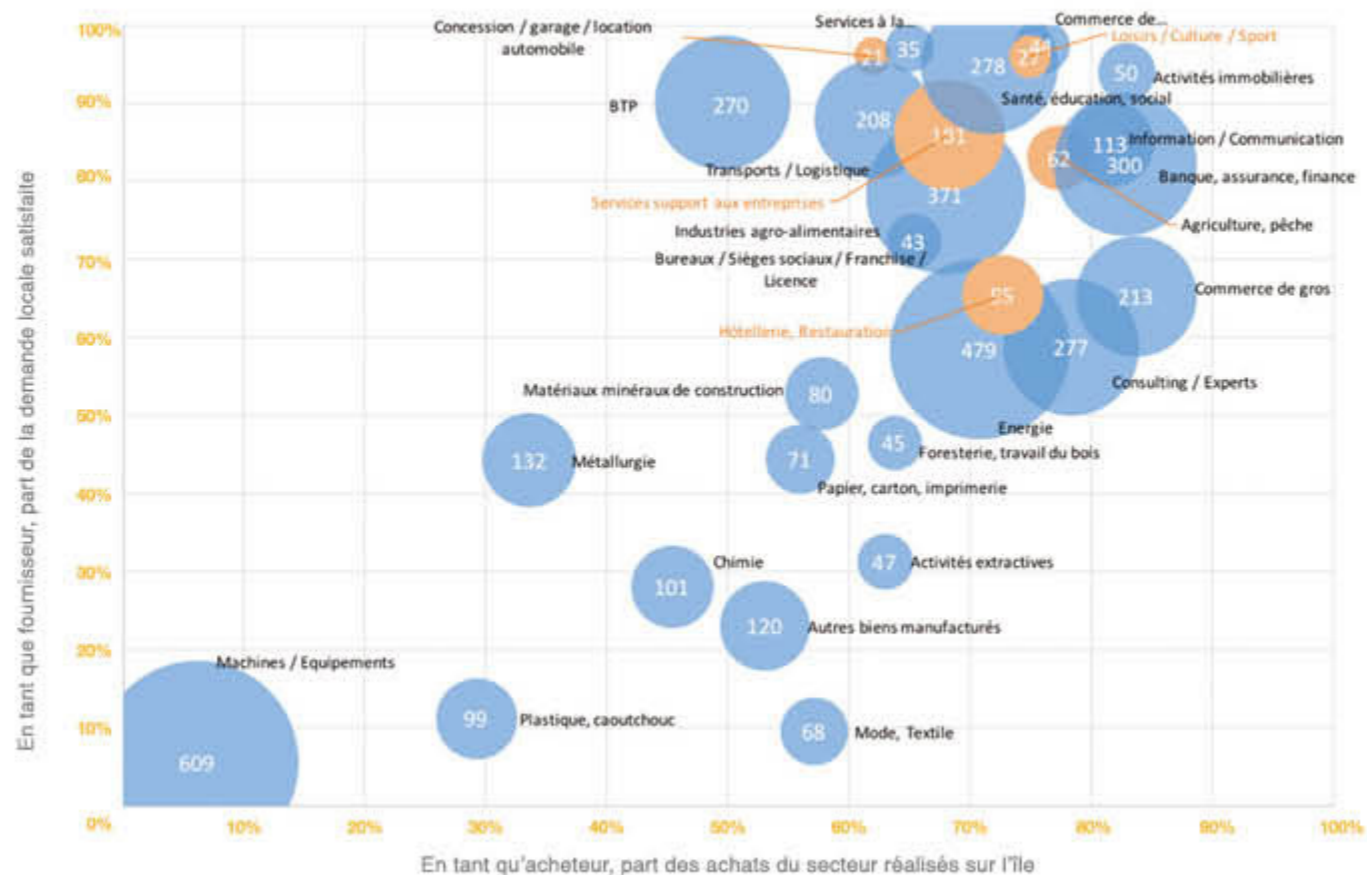
• Catégorie 3 : Diversifier l'offre locale

Concerne les secteurs achetant plus de 80% localement mais qui satisfont moins de 80% de la demande locale. Ce levier apparaît particulièrement pertinent pour le secteur du consulting /Expertise.

Et finalement, au sein de ces catégories, on peut recroiser l'analyse et prioriser en fonction des montants de pertes de potentiels économiques.



Ancrage local des secteurs d'activités de l'économie réunionnaise en tant qu'acheteurs et fournisseurs



Lecture : 277 Millions d'euros sont importés dans le secteur du Consulting et de l'expertise. Ce secteur répond localement à 60% de la demande et en tant qu'acheteur réalise 80% de ses achats sur l'île.

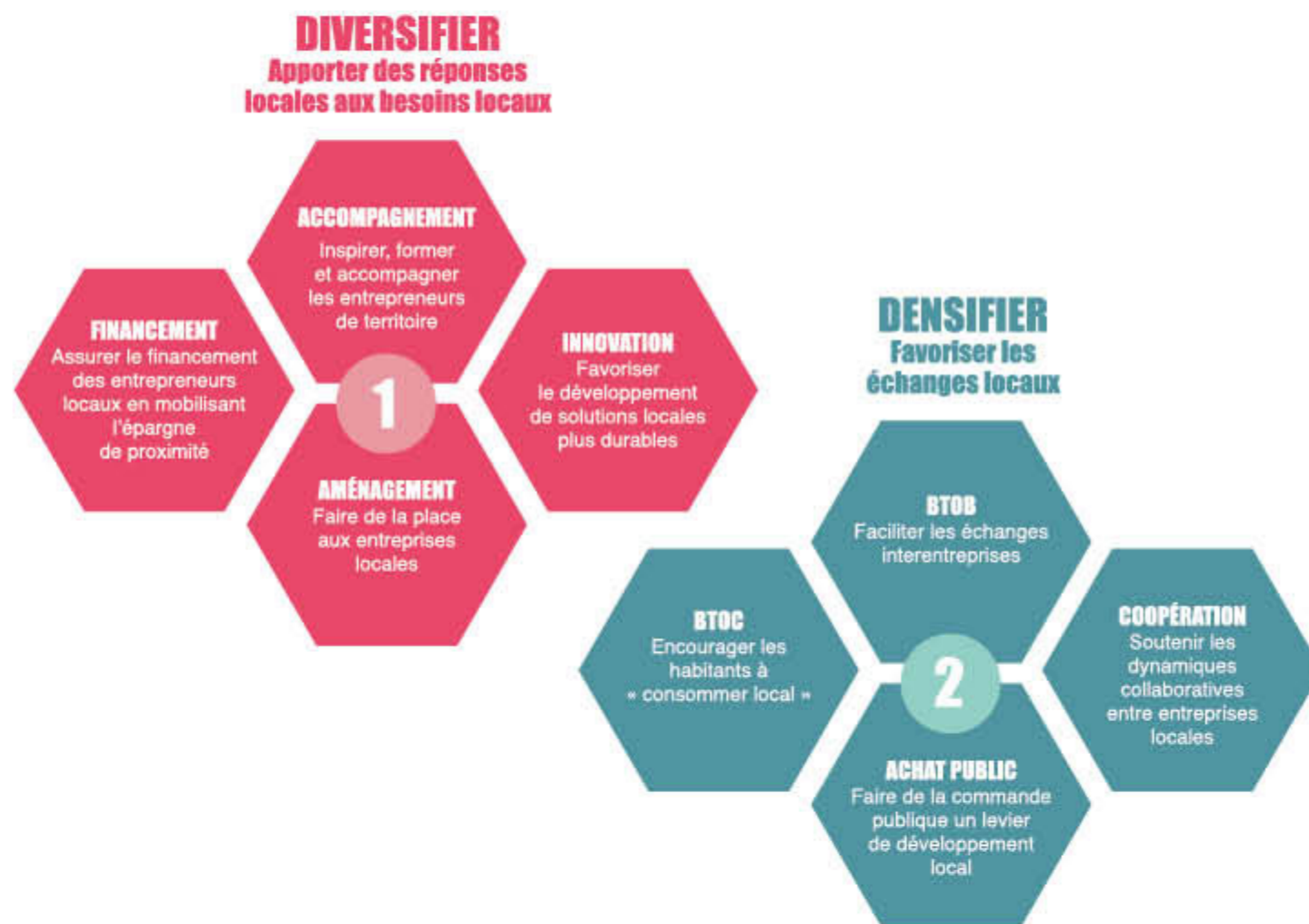


3.4 Une boîte à outils pour passer à l'action

Comme le suggèrent bon nombre d'initiatives entrepreneuriales, la diversification et la densification des économies locales appellent une mobilisation de tous les acteurs qui composent le territoire. Des **mouvements d'entrepreneurs indépendants** tels que BALLE (Business Alliance for Local Living Economies²⁶), ou AMIBA (American Independent Business Alliance²⁷), les démarches nord-américaines de développement économique local, mais aussi les travaux de l'économiste **Michael Shuman**²⁸, qui en est l'un des principaux inspirateurs, témoignent du fait que la prospérité des territoires dépend largement du sentiment d'appartenance et du niveau d'engagement de l'ensemble des acteurs – habitants, entreprises, administrations, etc. – en faveur du territoire. Au-delà de la stricte rationalité économique, les décisions de production et d'achat de chacun peuvent être guidées également par la volonté de renforcer sa contribution à la vitalité économique du territoire que l'on pratique quotidiennement.

Outre ce facteur transversal, les initiatives évoquées font également ressortir **plusieurs leviers d'action permettant d'accélérer la diversification du tissu économique et la densification des échanges dans les territoires (voir schémas ci-contre)**. Sans être nécessairement révolutionnaires, ces leviers n'en questionnent pas moins les finalités et les modalités des différents volets des politiques de développement économique : prospection économique, animation du tissu économique (filières, secteurs, zones d'activités, etc.), soutien à l'innovation, immobilier et aménagement économiques, accompagnement des créateurs/repreneurs d'entreprise, formation des actifs, etc.

Chacun de ces leviers est présenté dans les pages qui suivent à partir d'exemples français ou nord-américains. Plusieurs exemples réunionnais sont également évoqués. Bien entendu, ces derniers ne sont pas parfaits ni exhaustifs et appellent un repérage complémentaire des initiatives existantes contribuant au réenracinement de l'économie réunionnaise.



²⁶ Voir <http://ballelocalist.org>

²⁷ Voir www.amiba.net

²⁸ Voir par exemple : Community Economic Development and Employability Corporation - Analytical Report Community Economic Development : Yesterday, Today and Tomorrow. June 2017.

²⁹ The Local Economy Solution : How Innovative, Self-Financing «Pollinator» Enterprises Can Grow Jobs and Prosperity – Chelsea Green Publishing, 2015
Local Dollars, Local Sense How to Shift Your Money from Wall Street to Main Street and Achieve Real Prosperity – Chelsea Green Publishing, 2012. The Small-Mart Revolution. How Local Businesses Are Beating the Global Competition – 2007

ACCOMPAGNEMENT

Inspirer, former
et accompagner
les entrepreneurs
de territoire

Ce levier d'action consiste à faire émerger, inspirer et accompagner une génération d'entrepreneurs de territoire, c'est-à-dire des personnes engagées dans le développement de projets visant à contribuer à la prospérité durable du territoire où elles vivent. Les pollinisateurs « people » mettent en place différentes actions permettant de stimuler, de recueillir et de valoriser l'« envie d'agir » présente sur le territoire, de la connecter aux besoins locaux et aux ressources locales, et de lui donner les capacités nécessaires pour définir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial pérenne.

Le levier d'action « Accompagnement » renvoie à différentes modalités d'action :

• **La formation / le mentorat** : formation des entrepreneurs locaux aux outils et pratiques essentielles au démarrage de leur activité, par le biais de consultants ou services spécialisés d'entreprises, de fondations, de parrainage entre salariés et entrepreneurs, etc. (par exemple, [ZingTrain](http://www.zingtrain.com/)²⁹)

• **L'incubateur / accélérateur** : il s'agit de structures d'hébergement et d'accompagnement personnalisé sur une période de minimum 6 mois pour porteurs de projets. Cet accompagnement comprend une mise en relation avec les acteurs locaux (entreprises implantées, collectivités, structures de financement) avant la phase de commercialisation (incubateur) et dans le cadre de projets de développement (accélérateur) (par exemple, [La fabrique à entreprendre](https://lafabriqueentreprendre.fr/)³⁰)



Une initiative réunionnaise : La Couveuse RéuSit

La couveuse RéuSit est un lieu d'apprentissage collectif qui permet à des créateurs d'entreprise de tester leur projet.

Lors de son entrée en couveuse, le porteur de projet devient un « entrepreneur à l'essai ». Il teste ses activités, bénéficie de conseils et de formations dont le maître mot est « faire faire », et l'objectif, l'autonomie.

www.rousit.re

START-UP DE TERRITOIRE

L'exemple de Start-up de territoire : démarche collective pour faire émerger des projets entrepreneuriaux au service du territoire

Start-Up de territoire est une dynamique nationale actuellement lancée sur sept territoires (Marseille, Romans, Figeac, Strasbourg, Bordeaux, Lons-Le Saunier, Lille). Son objectif est décroïsonner, mettre en mouvement, inspirer et faire travailler ensemble les acteurs locaux de tous les horizons (ESS, PME, grandes entreprises, collectivités territoriales, etc.) afin de repérer, imaginer, donner vie et accompagner localement des projets entrepreneuriaux innovants répondant aux besoins du territoire. La dynamique se décline en trois temps :

• **Diagnostic et expertise autour des défis majeurs du territoire** : identifier les défis prioritaires, mobiliser des groupes d'acteurs locaux pour chaque défi, affiner chaque défi pour en faire sortir les projets les plus pertinents

• **Évènement créatif et fédérateur, ouvert à tous** : mobiliser les acteurs et citoyens autour des défis identifiés en amont, pour faire naître collectivement un nouveau projet à partir d'une problématique (projet STARTER), pour aider collectivement un entrepreneur à accélérer son projet (projet BOOSTER)

• **Accompagnement des projets les plus prometteurs issus de l'évènement** : constitue un collectif d'acteurs pour co-accompagner les projets

Une dizaine de premières Start-Up incubées par le territoire plonnier (Romans-sur-Isère) : Voiswatt (toits solaires), UpCycle Shoes (marque de chaussures 100 % recyclées), Food Lab (atelier de transformation agricole), Déconstruction Verte (projet de recyclage des matériaux du bâtiment), etc.

<http://startupdeterritoire.fr>

• **Le coworking** : mise à disposition d'un espace de travail dédié aux entrepreneurs locaux, favorisant le travail en collaboration, le partage de compétences et la création de projets communs sur un territoire (par exemple : [Impact Hub](http://www.impacthub.net)³¹).

• **Les fablab / maker space** : il s'agit d'ateliers ouverts à un large public mettant à disposition machines, outils, logiciels et formations associées pour la conception et la réalisation de projets et d'objets (par exemple, [TechShop Leroy Merlin](https://www.techshop.fr/)³²)

INNOVATION Favoriser le développement de solutions locales plus durables

Ce levier d'action consiste à encourager et soutenir la transformation des modèles économiques des entreprises locales dans le sens du développement durable, c'est-à-dire un mode de développement plus positif (développer des solutions au service du bien-vivre), plus vivant (faire circuler les richesses au sein de l'économie locale), plus inclusif (diversifier les opportunités d'emplois au bénéfice de tous), plus résilient (réduire les impacts environnementaux et s'appuyer davantage sur une valorisation durable des ressources locales).

Cette démarche peut prendre différente forme :

• **Créer un cluster** pour faire émerger de nouvelles solutions durables (par exemple, [Thecamp](https://www.thecamp.fr/), voir ci-contre).

• **Mette à disposition une plateforme collaborative** pour faciliter les échanges et les projets communs entre les entreprises locales (par exemple, la plateforme [Genie.ch](http://www.genie.ch) dédiée à l'écologie industrielle de Genève³³)

• **Mette en place un incubateur de projets entrepreneuriaux durables** (par exemple, l'incubateur d'entreprises sociales [La Fabrique à Initiatives](http://www.fabriqueinitiativess.org/)³⁴).

Une initiative réunionnaise : MakeSense La Réunion



MakeSense est une association française dont la mission est d'aider les entrepreneurs sociaux à développer leurs projets et de permettre à tout citoyen de s'engager sur les enjeux sociaux et environnementaux qui lui tiennent à cœur. Pour cela, les membres de MakeSense organisent des événements et des ateliers gratuits et ouverts à tous, permettant de trouver des solutions concrètes aux problématiques rencontrées par ces porteurs de projets.

www.makesense.org



L'exemple de The Camp :
un camp de base pour explorer le futur

Ce nouveau lieu provençal hybride matérialise une communauté engagée et se donne pour mission trouver de nouvelles approches à des défis universels, et fédérer des personnes et des projets animés du même enthousiasme pour le futur.

« Ce lieu n'existait pas, c'est pour cela que nous l'avons créé ». Il s'agit de proposer un « développer ensemble des projets à impact positif ».

thecamp a été conçu comme un showroom à ciel ouvert où innovation et nouvelles technologies sont en démonstration permanente et utilisées par les campers. Le lieu offre des ressources exceptionnelles afin de permettre à tous d'accélérer et de décélérer tout à la fois : maker-lab, installations sportives innovantes, espaces de méditation, théâtre de verdure, potager expérimental...



<https://thecamp.fr>

²⁹ <http://www.zingtrain.com/>
³⁰ <https://lafabriqueentreprendre.fr/>

³¹ <http://www.impacthub.net>
³² <https://www.techshop.fr/>

³³ <http://www.genie.ch/>

³⁴ <http://fabriqueinitiativess.org/>

FINANCEMENT

Assurer le financement
des entrepreneurs
locaux en mobilisant
l'épargne
de proximité

Ce levier d'action consiste à répondre aux besoins de financement des entrepreneurs locaux par la mise en place d'outils financiers adaptés. Cet accompagnement financier tire parti de l'intérêt des habitants pour le développement de leur territoire en faisant le lien entre l'épargne locale (ménages, entreprises) et le financement des projets locaux. Les pollinisateurs « purse » jouent aussi un rôle important de sélection de projets à la fois solides et pluriels afin de pérenniser les leviers de financement et de contribuer à la diversification du tissu économique local.

Plusieurs modalités d'action et modèles économiques existent pour assurer le financement de projets locaux :

- **Les banques locales** qui s'engagent à ce que l'épargne locale serve au financement de projets locaux créateurs « d'impact positif » (par exemple, **Vancity**³⁵).
- **Le micro-crédit** qui propose des prêts proportionnés aux (très) petits projets entrepreneuriaux locaux (par exemple, **ADIE**³⁶).
- **Le financement participatif** (ou crowdfunding) de projets locaux, mode de collecte de fonds via une plateforme internet permettant à un ensemble de contributeurs de choisir collectivement de financer directement et de manière traçable des projets identifiés (par exemple, **Tudigo**, voir ci-contre).
- **Le pre-purchasing** qui permet de pré-acheter des produits et services locaux, ce qui permet aux entreprises locales de disposer en amont d'une trésorerie leur permettant de financer leurs projets de développement (Par exemple, **Credibles**³⁷).
- **Les fonds d'investissement locaux** que ce soit en subventionnant des démarrages d'activités ou en développant des modèles d'investissements (par exemple, **FarmWorks**³⁸).

³⁵ <https://www.vancity.com/>
³⁶ <https://adie.org/>

tudigo

L'exemple de TUDIGO (ex. Bulbintown) : plateforme
de financement de projets de territoires

Lancée en 2013, TUDIGO est une plateforme de crowdfunding de proximité soutenant des projets ayant un impact fort sur les territoires et dans l'économie réelle. En s'inspirant du système de la tontine, TUDIGO propose de financer des projets création ou de reprise d'activité qui ont un impact direct sur leur vie quotidienne. Le site permet ainsi à ses utilisateurs de financer les commerces de leurs quartiers.

Deux modes de financement leur sont proposés :

- Le don contre don (dons de 1000 à 1M€) : le contributeur reçoit ainsi une contrepartie en échange de son don. Ces contreparties peuvent être commerciales, événementielles ou encore symboliques.
- L'investissement en capital (levées de 30 000 à 1M€) : depuis 2015, le contributeur peut également devenir actionnaire de l'entreprise concernée (détention de titres en direct ou via un holding). C'est ce qu'on appelle du crowdequity.

Une équipe de 18 personnes accompagnent des porteurs de projet, qu'ils soient industriels, commerçants, indépendants, institutionnels ou associatifs. En plus du financement classique, une aide personnalisée leur est proposée pour améliorer leur communication ou développer leurs compétences. Les projets soutenus peuvent être des créations ou des reprises d'activité. TUDIGO travaille avec 83 partenaires dont les CCI régionales, Adie, France Active ou encore Initiative France. Depuis 2013, près de 5,5 M€ ont été collectés, 310 projets de création ou de reprise d'activité ont été financés par 28 000 contributeurs. Le taux de réussite des campagnes est de 76 % (chiffres fin 2015).

<https://www.bulbintown.com/>



REUNION ACTIVE
FINANCEUR SOLIDAIRE POUR L'EMPLOI

Le financement au service de l'humain.
Depuis 2007, Réunion Active propose une expertise gratuite et des financements aux porteurs de projet, aux entreprises et aux associations solidaires. Il constitue l'un des 40 fonds territoriaux du réseau associatif France Active

www.franceactive.org

³⁷ <https://credibles.co/>
³⁸ <http://farmworks.ca/home/>

AMÉNAGEMENT

Faire de la place
aux entreprises
locales

Ce levier d'action à faciliter l'installation d'activités tournées vers les besoins locaux. Il renvoie à des démarches de diagnostic et d'aménagement des territoires réinvestissant certains espaces délaissés.

Par exemple : projets d'aménagement et de revitalisation de quartiers (**Village Well**, voir-contre), expérimentations d'aménagement collaboratif (**Bellastock**³⁹), aménagements éphémères d'espaces/bâtiments urbains vacants (**plateau urbain**, voir ci-contre⁴⁰).



L'exemple de Village Well : démarches de
« placemaking » pour revitaliser les centre-villes
et les espaces publics

Fondé en 1992 par Gilbert Rochecoste, Village Well est un cabinet de conseil en aménagement urbain australien qui crée, transforme et revitalise des lieux et des espaces dans l'objectif de redynamiser l'économie et le caractère particulier d'un lieu ou d'un quartier. Son approche est intégrée : le projet de développement n'est pas seulement économique mais aussi humain, social, culturel et écologique. La planification stratégique se fait depuis la base en engageant toutes les parties prenantes locales à définir une vision commune ; la démarche part du lieu et fait participer les gens qui y vivent.

www.villagewell.org

³⁹ <http://www.bellastock.com/>



L'exemple de Plateau urbain :
Aménager les espaces en phases de transition

Créée en juillet 2013, l'association Plateau Urbain met en relation des porteurs de projets (associatifs ou entrepreneurs) avec des propriétaires acceptant de mettre à disposition des locaux à moindre coût pour une période éphémère. Les propriétaires économisent le coût de maintien en état d'un site inoccupé et les porteurs de projet peuvent accéder à des locaux abordables.

C'est une démarche bottom up d'urbanisme collaboratif associant riverains, élus, acteurs publics et privés. La flexibilité, la customisation du lieu par ses occupants et la mixité entre activités associatives, sociales, commerciales et culturelles y sont favorisées.

Plateau Urbain a permis de transformer une quinzaine d'espaces vacants en lieux de co-working, incubateurs, hébergements et ateliers d'artistes pour quelques jours ou quelques années. Un exemple emblématique, « Les Grands Voisins » : c'est le nom éphémère donné à l'Hôpital parisien Saint Vincent de Paul où 140 structures, 2 000 personnes et 600 habitants occupent le site en attendant la construction d'un éco-quartier.

<https://www.plateau-urbain.com/>

⁴⁰ <https://www.plateau-urbain.com/>

BTOC Encourager les habitants à « consommer local »

Ce levier d'action consiste à inciter les habitants à consommer localement auprès des commerces et producteurs à fort ancrage local. Il peut se décliner sur différents registres :

- **Faire de la consommation locale un objet de débat public** au sein du territoire, pour rendre le citoyen (habitant) plus conscient de la portée de ses choix de consommation sur son bien-être, sur la vitalité de l'économie locale ou l'empreinte écologique des activités humaines.
- **Répertorier labelliser et promouvoir les commerces et services « local friendly »** (générant davantage d'impacts positifs pour l'économie locale), pour accroître la notoriété et la crédibilité de l'offre « made in local » (par exemple : le label « Le local qui me régale », voir ci-contre).
- **Organiser des campagnes de sensibilisation « consommer local »** (affichage, médias locaux, événements mobilisateurs) pour changer la culture de consommation au profit de l'économie locale, à travers des messages axés sur la qualité de la consommation et l'appartenance au territoire, le fait que chacun peut faire un effort (par exemple : les campagnes « buy local » orchestrées par le mouvement d'entrepreneurs nord-américain AMIBA⁴¹).
- **Mettre en place une plateforme d'achat local**, afin de rendre plus visible l'ensemble de l'offre locale et de prendre appui sur les technologies numériques pour faciliter et personnaliser l'acte d'achat (par exemple, YesWeGreen⁴²).
- **Mettre en place des outils de fidélisation tels que les cartes de fidélité et les monnaies locales**. Ces outils permettent de récompenser et de faciliter l'achat local (par exemple, la monnaie Chiemgauer en Bavière⁴³).



L'exemple du label « Le local me régale » : valoriser les produits alimentaires locaux par un label

Le mouvement est né en 2015 sous l'impulsion d'un ingénieur agronome spécialisé dans les systèmes alimentaires territorialisés. Il vise à valoriser les produits alimentaires d'origine locale chez de nombreux professionnels (restaurateurs, traiteurs, distributeurs, etc.). Ce label permet ainsi aux consommateurs avertis de repérer les produits issus de filières de proximité. Pour cela, il applique une méthode de calcul fixe pour définir la distance parcourue entre le lieu de production et le consommateur et définit une valeur seuil à partir de laquelle un produit est considéré comme « local » (150 km). Dans ce cas, le produit obtient le label « Le local me régale ». Les membres du réseau sont régulièrement audités par une association indépendante à but non lucratif et garante des valeurs du label « Le Local Me Régale ». « Le local me régale » rassemble 247 membres du réseau, 7 500 producteurs français soutenus, 30 250 produits locaux certifiés. Il s'agit aujourd'hui du 1^{er} réseau indépendant valorisant une alimentation d'origine locale certifiée.

<http://le-local-me-regale.org/>



Une initiative réunionnaise : la marque collective « NOU LA FE »

Nou la fé est une marque collective d'identification de la production réunionnaise. En agissant en tant que marque-repère, elle permet de reconnaître facilement les produits fabriqués à La Réunion. Quel que soit le produit, le producteur, le processus de fabrication, les matières premières utilisées ... et quelle que soit la marque, les produits NOU LA FE sont tous fabriqués dans des entreprises réunionnaises.

NOU LA FE est une démarche volontaire des entreprises de s'inscrire dans une approche collective de valorisation du savoir-faire réunionnais, et qui s'engagent à respecter le cahier des charges de la marque.

L'ambition de NOU LA FE et de ses détenteurs est de concrétiser ces 3 critères (économique, social et environnemental) dans une marque qui permette aux consommateurs et acheteurs d'intégrer l'avenir de notre île dans ses critères d'achat.

<http://www.noulafe.re/>



Une initiative réunionnaise :
le magasin Wake Up
Valorise les produits locaux,
bio et vend en vrac.
www.wakeup.re

BTOB Faciliter les échanges interentreprises

Ce levier d'action consiste à connecter l'offre et la demande des entreprises présentes sur le territoire, en facilitant le travail des « acheteurs » – comment repérer facilement les fournisseurs locaux susceptibles de répondre aux besoins de l'entreprise ? – et le travail des « commerciaux » – Comment faire connaître l'offre de biens/services de l'entreprise auprès des acheteurs locaux potentiels ?

Plusieurs modalités d'action peuvent être distinguées :

- **Renforcer les relations entre les donneurs d'ordre et les PME-PMI locales**, afin de renforcer la connaissance mutuelle sur les besoins à satisfaire et les compétences locales disponibles (par exemple : la démarche du Lab Pareto⁴⁴ et le Club Stratégies Achat de la CCI Nantes Saint-Nazaire).
- **Mettre en place une plateforme** dédiée aux échanges interentreprises, afin d'accroître la transparence et l'efficacité du marché BtoB local (par exemple, la plateforme Socialement Responsable⁴⁵).

Une initiative réunionnaise : Le salon des Savoir-Faire professionnels et des proximités



Un salon organisé pour :

- Valoriser les produits et savoir faire locaux
- Développer les circuits courts d'approvisionnement
- Favoriser le recours aux procédés innovants et aux produits à moindre impact environnemental
- Promouvoir des politiques d'achat socialement et écologiquement responsables
- Appuyer le développement quantitatif et qualitatif de ces activités et susciter de nouveaux partenariats

L'exemple du Club Stratégie Achats de la CCI Nantes-Saint-Nazaire : Faciliter les échanges entre les donneurs d'ordre et les PME-PMI locales

Créé en 1993, le Club Stratégie Achats de la CCI de Toulouse a pour vocation de renforcer les relations entre les grands comptes de Midi-Pyrénées et leurs sous-traitants et fournisseurs. Ce club compte désormais 50 membres. En 2016, la CCI de Nantes Saint Nazaire réplique l'initiative et lance son Club Stratégie Achats. Ce dernier réunit aujourd'hui 9 membres : Airbus, STX, Manitou, SNCF, Total, EDF, ERDF, Engie, RTE et le CHU.

Son objectif est d'approfondir la communication entre clients et fournisseurs sur les grands projets du territoire, les perspectives d'investissements et d'achat des grands groupes et de voir comment ces derniers peuvent bénéficier aux PME du territoire.

Le club CSA de Nantes représente aujourd'hui entre 4 et 5 Mds d'euros de CA d'achats locaux et comprend une vingtaine d'entreprises aussi bien publiques que privées, dans les secteurs de l'industrie, mais aussi des services, des banques... Le club est ouvert à tout type d'entreprise, à condition de partager une volonté commune de renforcer l'ancrage local des acteurs économiques.

Les missions du CSA sont :

- Être à l'écoute de la vie économique régionale et informer les PME-PMI
- Œuvrer pour améliorer les relations entre donneurs d'ordres et PME-PMI,
- Faciliter les échanges d'expériences entre grands groupes et l'élaboration de pistes d'action collectives.

<http://nantesstnazaire.cci.fr/presse/club-strategies-achat-les-donneurs-dordre-de-loire-atlantique-se-rassemblent#1>

⁴¹ <https://www.amiba.net/buy-local-campaigns/>
⁴² <https://www.greenaid.fr/>

⁴³ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Chiemgauer>

⁴⁴ <http://www.labpareto.com/>

⁴⁵ <https://www.socialement-responsable.org/>

ACHAT PUBLIC

Faire de la commande publique un levier de développement local

Ce levier d'action consiste à privilégier l'achat public local lorsque cela est possible et pertinent. Il renvoie à deux constats de bon sens : les acteurs publics représentent chaque année un volume d'achat important sur le territoire ; la puissance publique se doit de « montrer l'exemple » en matière d'approvisionnement local si elle entend mobiliser les entreprises locales.

Cette approche implique une consolidation de l'ingénierie des marchés publics, depuis la formalisation du besoin de l'achat public jusqu'au choix de la procédure, en passant par la définition de critères et sous-critères cibles (par exemple, le « Small business act » de Toulouse Métropole, voir ci-contre).

- **Au stade de la définition des besoins et de la rédaction des pièces du marché :** formaliser des exigences et besoins qui lui permettront de conclure que les meilleures offres pour répondre à son besoin seront, in fine, locales ; allouer finement les marchés ; définir des conditions d'exécution adaptées.
- **Au stade de la publicité sur la commande publique :** Utiliser les seuils des marchés publics ; S'assurer que les opérateurs locaux ont connaissance du marché.
- **Au stade de la sélection des candidats et des offres :** Ne pas évincer les petits candidats ; Utiliser une pluralité de critères pour choisir les offres ; Utiliser la possibilité de négocier dans le cas de marché ressortant de procédures adaptées.

toulouse métropole

L'exemple de la « charte locale de la commande publique » de Toulouse Métropole : un « Small business act » territorial

En vigueur depuis le 1er janvier 2015, la « charte locale de la commande publique » adoptée par Toulouse Métropole et la ville de Toulouse constitue une initiative pionnière en France. Co-construite avec l'ensemble des partenaires économiques (CCI, Chambre de Métiers, Fédérations professionnelles, MEDEF, CGPME...) et la préfecture de région, elle vise à « rendre les marchés publics plus visibles et plus attractifs pour les petites et moyennes entreprises, le tout au service de l'emploi local ». Ce « Small Business Act » local promeut sept principes clés qui guideront désormais la politique d'achat de la métropole (Mairie de Toulouse, 2015) : garantir la performance de l'achat ; développer l'achat durable (circuits courts, prise en compte du coût global...) ; encourager l'achat responsable (clauses d'insertion et qualité des conditions de travail sur les chantiers) ; simplifier les procédures ; améliorer les conditions d'exécution des marchés (avec notamment le versement d'une avance de 30 %, dans tous les marchés d'un montant inférieur ou égal à 300 000 euros afin de favoriser l'accès des PME aux marchés publics en les dotant d'une trésorerie suffisante pour procéder à l'exécution des prestations) ; améliorer les relations avec les fournisseurs et contribuer à une meilleure maîtrise des risques ; soutenir le développement des entreprises innovantes sur le marché « Smart City » (technologies au service de la qualité de vie et de la performance des villes, notamment sur le plan énergétique). Cette politique de l'achat public pourrait être élargie plus largement à l'échelle de la Métropole (37 communes), de l'aire métropolitaine et à d'autres donneurs d'ordres publics (CHU, Université...), pouvant donner lieu à un club des acheteurs, pour des effets démultiplicateurs (partage de bonnes pratiques) et de masse (commandes groupées).

<http://www.toulouse.fr/web/entreprises-partenaires/marches-publics/charte-des-marches-publics>

COOPÉRATION

Soutenir les dynamiques collaboratives entre entreprises locales

Ce levier d'action « Partner » consiste à aider les entrepreneurs locaux à travailler ensemble de façon à leur permettre d'atteindre un niveau de performance (économique, sociale, environnementale,...) qu'ils ne pourraient atteindre seuls. Les pollinisateurs « partner » s'attachent à constituer et animer des communautés entrepreneuriales ancrées dans leur territoire, c'est-à-dire faisant jouer la solidarité, la complémentarité et l'intelligence collective et l'appartenance locales des entreprises du territoire.

A cette fin, plusieurs modalités d'action se dégagent :

- **Alliance d'entrepreneurs locaux :** communautés entrepreneuriales favorisant la mise en commun des préoccupations entrepreneuriales, des bonnes pratiques, des expériences de nouveaux modèles économiques, de services transversaux (restaurant d'entreprise, logistique, conciergerie, etc.), et la mobilisation collective de autres acteurs du territoire (par exemple : le réseau **Femmes de Bretagne**⁶⁶).
- **Eco-système d'entreprises locales** dans un même lieu permettant le partage de bureaux, équipements et services, de potentielles synergies et une hybridation féconde.
- **Mutualisation des achats** entre entreprises pour réduire les coûts par exemple.
- **Mutualisation des ventes** entre entreprises de façon à commercialiser des produits ou services dans un même ou lieu ou via une même plate-forme et bénéficier d'une vitrine plus importante (par exemple : **Comptoir de Campagne**⁶⁷).

CLUS'TER JURA

Coopérer - Révéler - Valoriser

L'exemple de CLUS'TER JURA : une communauté locale pour produire des biens ou des services ayant un caractère d'utilité sociale pour le territoire

Clus'Ter Jura est un Pôle Territorial de Coopération Économique (PTCE) qui rassemble les acteurs du territoire autour d'une démarche entrepreneuriale pour révéler de nouvelles opportunités économiques et accélérer leur émergence. Lancé en 2014 par Juratri (entreprise d'insertion spécialisée dans le recyclage des déchets) et structuré en SCIC depuis le 1er juillet 2016, Clus'Ter Jura vise à créer localement de l'emploi durable. Ses principaux domaines d'exploration sont l'économie circulaire et la transition énergétique. Clus'Ter Jura est le point central d'une communauté rassemblant tous les acteurs économiques du territoire (entreprises, acteurs publics, citoyens, associations, organismes de recherche et de formation) à la recherche de solutions soutenant le développement local et la création d'emplois dans ces domaines.

Avec l'aide d'un réseau d'experts (cabinets de conseil, etc.), de facilitateurs (acteurs ESS, etc.) et de financeurs, il accompagne l'émergence de projets collectifs issus des besoins du territoire, ancré localement et porté par ses acteurs.

Depuis sa création, 15 projets ont été explorés, créant 25 emplois et 1,5 M d'euros de chiffre d'affaires. Clus'Ter Jura a réussi à mobiliser 400 personnes lors de ses « sessions créatives ». Ses 60 entreprises partenaires partenaires sociétaires de la SCIC ne subventionnent pas les projets mais elles participent en capital et participent à la gouvernance de la SCIC. En tant qu'incubateur, 3 types d'accompagnement personnalisés vers la création d'activité sont proposés : le Star'Ter (élargir le champ d'action), le Boos'Ter (accélérer un projet), l'Incuba'Ter (lancer une nouvelle activité). Clus'Ter Jura est membre du réseau Start Up de Territoires.

<http://www.cluster-jura.coop/>



STRATÉGIE DU BON ACHAT POUR DÉVELOPPER LE TERRITOIRE PAR LA COMMANDE PUBLIQUE

Une Initiative réunionnaise : la Stratégie du Bon Achat

Créée en 2016 par un collectif de 14 organisations professionnelles, SBA Réunion est la première association créée à La Réunion autour des enjeux de l'achat public. Au sein de cette association Loi 1901, il s'agit de favoriser à La Réunion la rencontre entre la demande émanant des acheteurs publics (collectivités locales, administrations, organismes parapublics) et l'offre du tissu économique local (TPE et PME).

Les ambitions de la démarche SBA sont de :

- Rendre lisible et visible la commande publique en direction des opérateurs économiques en engageant une démarche vertueuse

de publication et d'ouverture des données de marchés publics

- Imaginer ensemble les conditions du rapprochement de l'offre et de la demande par l'organisation de ren-contres des acteurs publics et privés de la commande publique (notamment les comités-expert)
- Moderniser la commande publique avec pour objectifs la simplification et la dématérialisation des procédures

Accompagner les acteurs publics et privés de la commande publique par l'élaboration d'un parcours de formation professionnelle mixte.

<https://sba974.com/>

Une initiative réunionnaise :



⁶⁶ <https://www.femmesdebretagne.fr/auth>

⁶⁷ <http://comptoirdecampagne.fr/>

Ce qu'il faut retenir de la démarche Réelle :

Aspirer à ré-enraciner l'économie locale,

c'est vouloir participer au dialogue social territorial, créer des emplois pérennes et non délocalisables, le rayonnement de notre territoire par ses savoir-faire locaux, recréer des liens entre les consommateurs et les entreprises locales ; intensifier les échanges entre les entreprises locales...

Analyser

Le métabolisme économique de l'île à partir de la demande locale offre un éclairage complémentaire sur les échanges entre les acteurs économiques, au sein du territoire et avec l'extérieur. La présente étude propose une photo de l'économie réunionnaise pour changer de regard, construire un langage commun et dessiner des pistes de priorisation stratégique. Les politiques de développement économique mettent souvent l'accent sur la capacité à faire entrer des richesses qui entrent dans les territoires. L'effet multiplicateur local est quant à lui souvent négligé, même s'il soulève une question pourtant cruciale : quel est l'effet d'entraînement de chaque activité présente sur le territoire (et notamment celles qui captent des richesses à l'extérieur) sur le reste de l'économie locale, et comment maximiser ces retombées ? Prendre au sérieux cette question conduit à considérer que retenir et faire circuler durablement 1 euro sur le territoire est aussi important qu'attirer un « nouvel » euro de l'extérieur. En effet, **pour 100€ dépensés sur l'île de La Réunion, en moyenne, 130€ supplémentaires re-circulent grâce aux effets indirects et induits générés sur le territoire.**

L'outil Localshift, en simulant le comportement économique des acteurs du territoire, de la façon la plus fine et réaliste possible, saisit à la fois leurs besoins et l'offre locale. Cette mise en regard permet d'observer les potentiels économiques qui échappent au territoire du fait de ses importations.

La demande sur l'île de La Réunion s'élève à **25 milliards d'euros**. 80% de ces biens et services consommés sur l'île sont issus de la production réunionnaise, soit, des échanges locaux de **20 milliards d'euros**. La capacité de l'économie réunionnaise à satisfaire la demande locale s'avère donc particulièrement élevée. Pour autant, cette demande émane pour majorité des besoins des ménages. Elle apparaît spécifique à contexte insulaire peu orienté vers l'économie productive et les exportations. Elle semble en outre fragilisée par un modèle de croissance reposant sur les transferts financiers massifs en provenance de la métropole et de l'Europe.

La question de la dépendance aux importations demeure d'actualité. Elle se pose tout particulièrement pour les importations de machines et équipements, d'énergies, de produits agroalimentaires et services de consulting et d'expertise.

Ré-enraciner

La demande locale est un actif économique crucial pour les territoires et constitue un potentiel de développement. Ré-enraciner une partie de ce potentiel peut constituer un objectif structurant et fédérateur pour le développement de l'économie réunionnaise. Tout n'est évidemment pas relocalisable, une manière de se donner une perspective volontariste et mobilisatrice peut être de fixer comme objectif de ré-ancrer 10% des importations à un horizon plus ou moins proche. Pour La Réunion, **convertir 10% des importations en échanges locaux permettrait de générer 440 millions d'euros de production et 6 500 emplois supplémentaires.**

L'analyse détaillée des nœuds d'échanges sur et hors du territoire permet d'identifier des pistes de relocalisation. Par exemple, pour le secteur agroalimentaire, deux des segments de marché qui représentent le plus de potentiel s'ils venaient à être ré-ancrer sont situés dans les filières de transformation viandes et de volailles avec des potentiels de 49 M€ et 24 M€ représentant plus de 350 postes. Ou encore, on note un potentiel de 7 M€ de culture de fruits à destination du secteur de la Fabrication de sucre, cacao, chocolat et produits de confiserie.

Agir,

Si ré-enraciner revêt un caractère particulièrement stratégique, convertir une partie des importations réunionnaises en échanges locaux soulève un double enjeu :

• **Diversifier** : renforcer la capacité du tissu entrepreneurial réunionnais à répondre aux besoins locaux.

• **Densifier** : favoriser la rencontre entre l'offre et la demande locales.

Diversifier est avant tout un enjeu entrepreneurial. S'il implique de développer une offre locale susceptible de se substituer aux biens et services aujourd'hui importés, il ne peut toutefois se résumer à proposer une copie locale d'un produit importé. D'une part, la compétitivité de l'offre locale implique une différenciation permettant d'apporter une réponse plus qualitative aux besoins locaux. D'autre part, il apparaît essentiel que les modèles entrepreneuriaux locaux reposent eux-mêmes davantage sur les ressources locales tout en constituant une forte incitation à développer de nouvelles compétences, produits et activités... bref à innover pour un entrepreneuriat de territoire.

Densifier relève davantage d'un enjeu d'intermédiation. Il ne suffit pas qu'acheteurs et fournisseurs soient coprésents sur le territoire pour qu'ils « fassent affaire ». L'amplification des échanges économiques locaux implique de faciliter les connexions entre l'offre et la demande locales.

Optimiser,

Attention, développer le territoire par la demande locale, ce n'est pas prôner l'autarcie, au contraire. C'est encourager l'attractivité en renvoyant l'image d'une économie dynamique et innovante, la compétitivité en s'adaptant à l'exigence du marché local et en favorisant la montée en gamme. C'est aussi contribuer à l'élargissement du portefeuille d'exportations de l'île et ouvrir ainsi la voie à de nouveaux débouchés sur les marchés extérieurs. **Mieux répondre à la demande locale aujourd'hui peut permettre d'être en capacité de mieux capter la demande extérieure demain et ainsi contribuer au renforcement de la capacité exportatrice de l'île.**

Co-construire,

Finalement, la démarche REELLE est un appel au dialogue quadripartite et encourage la mise en place d'espaces d'intelligence territoriale dans lesquels pourront se déployer notamment les outils proposés. L'entrepreneuriat de territoire qui requiert de penser le développement économique différemment, ne peut qu'émerger avec la mise en concert de l'ensemble des acteurs de l'île et la prise de conscience que le développement économique de La Réunion est l'affaire de tous. C'est à travers un dialogue social territorial vertueux et l'implication de chacun à son niveau que pourront fructifier de nouveaux espaces de création de richesses locales.

Annexes

Définition des principaux indicateurs

Production

Dans les tableaux fournis par LOCAL SHIFT®, la « production », toujours exprimée en euros, correspond à deux type d'opérations :

• Au niveau d'activité en 2015 des 380 secteurs qui composent le modèle, secteurs qui combinent des ressources en main-d'œuvre, capital et biens et services pour fabriquer des biens ou fournir des services

• À la valeur sur l'année 2015 d'un nœud d'échange entre deux secteurs ou acteurs économiques : entreprises, associations, administrations publiques ou ménages.

Dans les deux cas, l'évaluation ne porte pas forcément sur les recettes ou le chiffre d'affaires mais le revenu que la production génère, indépendamment de la vente, ou non, de ce bien ou service.

Concrètement, la production dite « marchande » (destinée à être vendue sur un marché) est évaluée sans les marges commerciales. Local SHIFT® évalue des « prix producteurs » ou « prix de base » (ce qui revient in fine au producteur du bien ou service) et non des « prix acheteurs » ou « prix de marché » (englobant des marges commerciales ou de transport et payés par l'acheteur). Pour une entreprise qui distribue ses produits via un réseau de négociants ou détaillants, la production correspondra à ce qui lui revient après les marges d'intermédiation et taxes. Pour une activité commerciale (gros, détail, régie, autres activités de revente) la production correspond à la « marge brute » (au fonctionnement de l'activité commerciale et non à la vente de marchandises). À ce titre, les achats des activités commerciales n'incluent pas les achats de marchandises destinées à être revendues (mais uniquement les biens et services permettant le fonctionnement normal du commerce).

Les activités productives des banques sont leurs activités d'analyse des risques, de conseil, de gestion. La production de services bancaires inclue deux éléments.

• les commissions, qui sont enregistrées en tant que « services facturés »

• les intérêts sur les dépôts de leurs clients et sur les prêts (crédits) qu'ils leur accordent.

En revanche la production bancaire n'inclut pas les plus ou moins-values liées à la détention d'actifs financiers.

La production des assurances ne peut se confondre à leur chiffre d'affaires car une partie importante de celui-ci sert à couvrir les risques assurés. La production des services d'assurances-dommages se calcule en prenant les primes nettes (primes brutes – indemnités versées) et en y ajoutant les revenus de la propriété attribués aux assurés (placement des primes entre le moment où la prime d'assurance est payée et le moment où le sinistre est effectivement payé) Puisque qu'elle ne peut pas être valorisée à partir de son prix, la production dite « non marchande » du secteur public et des associations offrant des services gratuits (ou à prix minoré) est par convention estimée aux coûts de production : achats, investissements et salaires. Les administrations publiques peuvent également avoir des unités marchandes vendant des

biens et services sur le marché. La production de ces unités est évaluée à leur prix sur le marché, plus précisément à leur prix de base.

Emplois

Les emplois évalués par LOCAL SHIFT® :

- Sont mesurés en termes de « postes de travail »
- Au 31 décembre de l'année 2016
- Incluant les emplois salariés et non salariés (artisans, professions libérales, ...)
- Quelque soit le contrat de travail
- Dans le secteur privé, associatif ou public (y compris les emplois domestiques, emplois dont l'employeur est un ménage). Dans les tableaux fournis par Local SHIFT®, l'« emploi » correspond à deux type de mesures :
- Au nombre d'emplois fin 2016 au sein des 380 secteurs qui composent le modèle
- À l'équivalence en emplois sur l'année 2016 d'un nœud d'échange (initialement mesuré au « prix de base » hors marges, en euros) entre deux secteurs ou acteurs économiques : entreprises, associations, administrations publiques ou ménages.

Les emplois correspondant à des importations provenant du « Reste du Monde » ont été évalués sur la base de statistiques françaises, l'objectif étant de quantifier les emplois relocalisables en France et sur le territoire sur la base des montants importés.

Importations (fuites économiques) et exportations

Local SHIFT® est un modèle dit « ouvert » associant une analyse :

- Des échanges entre des acteurs résidents entre eux (échanges locaux)
- Et des échanges entre des résidents et non résidents, que ces résidents soient implantés dans le « Reste France (métropolitaine) » (France – territoire) ou le « Reste du Monde » (Reste du Monde – Total France)

Les termes « importations » et « fuites économiques » sont indifféremment utilisés et recouvrent une seule et même réalité dans Local SHIFT® : la part de la demande locale (émanant d'acteurs économiques résidents : entreprises, administrations, associations, ménages) qui trouve une réponse auprès d'acteurs économiques non résidents (reste France ou reste du Monde). Sont donc inclus dans les « importations » les échanges avec le « Reste France ».

Le terme de « fuites économiques » est ici plus adapté que celui d'« importations » pour trois raisons :

- La première est liée au caractère juridique des importations et de la territorialité qu'elle recouvre en droit international (peu adaptée aux échanges infra-nationaux)
- La seconde est étymologique : une importation correspond à l'« introduction dans un pays des productions étrangères » alors que l'esprit des « fuites économiques » (ce qui échappe au territoire) visent justement à substituer aux importations des productions locales qui pourraient être légitimement relocalisées.
- La troisième est comptable : en comptabilité nationale, un échange de biens correspond au transfert de propriété de ces biens entre une unité résidente et une unité non résidente. Un

bien est dit « exporté » si le transfert de propriété est effectué au bénéfice d'un non-résident, et vice versa pour les biens « importés ». Tels qu'ils sont aujourd'hui comptabilisés, les exportations et les importations de biens et de services ne comprennent pas les échanges entre filiales (particulièrement importants à l'ère de la mondialisation) et les flux de revenus primaires avec le reste du monde également en forte croissance (par exemple, rémunération des salariés, intérêts et revenus des investissements directs).

A noter que les fuites économiques intègrent également les échanges « non marchands » (ex : services publics, éducation ou soins de santé remboursés « consommés » hors du territoire). Pour les exportations, le raisonnement est identique. Est considéré comme une « exportation » la part d'une production locale (émanant d'acteurs économiques résidents : entreprises, administrations, associations) qui répond à une demande de non résidents (reste France ou reste du Monde). Sont donc inclus dans les « exportations » les échanges avec le « Reste France ».

Consommation intermédiaire / Investissement

Les consommations intermédiaires sont l'ensemble des biens et services (généralement achetés à d'autres entreprises), qui sont détruits ou transformés lors du processus de production ou incorporés au produit. Elles sont très souvent nécessaires à la production. C'est ainsi qu'une entreprise produisant du mobilier aura besoin de bois (matière première incorporée dans le produit) mais aussi d'électricité pour assurer le fonctionnement des machines (dépenses d'énergie détruite au moment de la production) et des services comptables qui disparaîtront également. La valeur ajoutée de l'entreprise sera ainsi égale à la valeur de sa production moins la valeur de ses consommations intermédiaires.

Les investissements sont évalués à travers la notion macro-économique de formation brute de capital fixe (FBCF), constituée par les acquisitions moins cessions d'actifs fixes réalisées par les producteurs résidents. Les actifs fixes sont les actifs corporels ou incorporels issus de processus de production et utilisés de façon répétée ou continue dans d'autres processus de production pendant au moins un an.

On distingue une composante corporelle (le bâtiment, les machines, le matériel de transport) et une composante immatérielle (logiciels et brevets).

Ménages / Demande (consommation) des ménages

De manière générale, un ménage, au sens statistique du terme, désigne l'ensemble des occupants d'un même logement sans que ces personnes soient nécessairement unies par des liens de parenté (en cas de cohabitation, par exemple). Un ménage peut être composé d'une seule personne.

La demande des ménages intègre :

- La consommation marchande de biens et des services incluant les investissements (équipements du ménage) et les achats immobiliers
- La consommation non marchande : besoins des ménages individualisables pris (partiellement ou totalement) en charge par l'Etat ou les collectivités locales correspondant aux transferts sociaux en nature (éducation, santé, aide au logement, soins médicaux et médicaments remboursés, ...)

A l'instar des entreprises, la demande des ménages différencie le commerce dans lequel l'achat est réalisé (dans ce cas la demande des ménages équivaut à la marge commerciale) des secteurs qui produisent les biens achetés par les ménages (dans ce cas la demande équivaut à la valeur HT du bien acheté – la marge commerciale).

Local SHIFT ® permet de modéliser la demande des ménages en fonction de plusieurs critères socio-démographiques :

- Région d'habitation
- Taille et densité du territoire
- Catégorie socio-professionnelle
- Tranche d'âge
- Composition du ménage
- Revenus

Administrations publiques / Demande (consommation) des (services d') administrations publiques

La fonction principale des administrations publiques est de produire des services non marchands ou d'effectuer des opérations de redistribution du revenu et des richesses nationales. Elles tirent la majeure partie de leurs ressources de contributions obligatoires. Le secteur des administrations publiques comprend :

- Les administrations publiques centrales
- Les administrations publiques locales
- Et les administrations de sécurité sociale

La demande des administrations publiques intègre :

- la consommation marchande (valorisé au prix de base et distinguant la production de la marge commerciale éventuelle) de biens et de services incluant les investissements (équipements) des services d'administrations publiques (services de l'Etat, des collectivités locales, Sécurité sociale, agences publiques)
- les investissements publics en BTP/construction : rue, routes, structures de santé, établissements scolaires, structures énergétiques ou de communication, ...

Demande BtoB / BtoC

Est considérée comme « Demande Business to Business » (noté BtoB) toute demande « professionnelle » émanant d'un acteur économique différent d'un ménage : entreprises, associations, services d'administrations publiques
Est considérée comme « Demande Business to Consumer » (noté BtoC) toute demande émanant ou bénéficiant à un ménage.

Coefficient de spécialisation

Le coefficient de spécialisation présente le degré de «sur» ou «sous» spécialisation d'un territoire sur un secteur donné par rapport à la moyenne nationale
1= dans la moyenne nationale
<1 sous-spécialisation locale
>1 sur-spécialisation locale)

Un coefficient de 2 veut dire qu'un secteur est 2 fois plus représenté sur le territoire que dans la moyenne nationale. Un coefficient de 0,5 veut dire qu'un secteur est deux fois moins représenté localement que dans la moyenne nationale

Auto-suffisance

L'auto-suffisance d'un territoire correspond à la part de la demande locale (émanant d'acteurs économiques résidents : entreprises, administrations, associations, ménages) qui trouve une réponse auprès d'acteurs économiques résidents, qu'il s'agisse d'une demande marchande ou non marchande, d'une demande BtoB ou BtoC,

Densité économique locale

Ensemble des flux économiques (par habitant) qui circulent au cours d'une année au sein du territoire (l'offre et la demande sont implantées sur le territoire)

La densité économique locale BtoB correspond à la somme des achats de biens et services faits sur le territoire par les entreprises, associations et organismes publics (exprimés en euros et par habitant) au cours d'une année

La densité économique locale BtoC correspond à la somme des dépenses faites par les ménages (exprimés en euros et par habitant) sur le territoire et sur une année

Indice de Diversité économique

L'« indice de diversité de l'économie locale » correspond au taux de ressemblance exprimé en % (Hachman Index) entre la diversité des échanges observée au sein du territoire et la diversité des échanges observée au sein de l'économie française (incluant les importations).

Un indice de 40% signifie que le territoire couvre 40% de la diversité totale offerte par l'ensemble de l'économie française

L'effet multiplicateur local

Mesurer l'enracinement local d'une activité économique (par exemple, une entreprise) consiste à voir au-delà de ses impacts directs – valeur ajoutée, emplois, etc. – pour évaluer :

• d'une part les impacts indirects : il s'agit des retombées locales que génèrent ce secteur par ses achats et investissements. Chaque euro dépensé auprès de fournisseurs locaux génère de l'activité économique. De plus, pour répondre à une commande, ces mêmes entreprises vont à leur tour réaliser des achats auprès de leurs propres fournisseurs, et ainsi de suite. Les impacts indirects désignent ainsi l'ensemble de cette activité (et les emplois associés) générés par ricochet suite à une dépense initiale, jusqu'à ce que l'effet d'entraînement s'estompe.

• d'autre part les impacts induits : il s'agit des retombées locales liées aux rémunérations et aux impôts et taxes versés du fait de l'activité de l'entreprise et de sa chaîne de fournisseurs locaux. Ces revenus permettent de soutenir les dépenses de consommation des ménages locaux et les dépenses publiques locales. L'activité locale (et les emplois associés) générée par ces dépenses supplémentaires constitue les impacts induits. L'effet multiplicateur se calcule pour chacun des 380 secteurs en rapportant les impacts indirects et induits par les impacts directs.

Exprimé en euros, le multiplicateur permet de connaître le niveau de production qui reste et circule par effet de vague (sur une période de 2 à 3 ans maximum) au sein de l'économie locale pour 100€ de production initiale (directe). En pondérant chaque coefficient par le poids du secteur dans l'économie locale (en fonction de sa production en euros), un « multiplicateur local moyen » peut être calculé pour chaque territoire. A titre d'exemple, l'aire urbaine de Paris présente un effet multiplicateur moyen de 73,7 : pour 100€ de production locale initiale, 73,7€ circulent par effet ricochet dans l'économie locale : 33,7 circulent dans la chaîne de fournisseurs locale, 32,9€ sont réinjectés localement grâce aux dépenses des ménages induites par le versement des salaires, enfin 7,1€ sont réinjectés localement par les dépenses publiques financées grâce aux impôts et taxes induits par la production directe, la chaîne de fournisseurs et les dépenses des ménages.

Exprimé en emplois le multiplicateur permet de connaître le nombre de postes (salariés ou non salariés) indirects et induits qui seront créés ou maintenus dans l'économie locale par effet de vague (sur une période de 2 à 3 ans maximum) pour un emploi direct pendant une année. Un multiplicateur d'emploi de 1,2 signifie que pour 1 emploi direct, 1,2 seront localement soutenus en plus de l'emploi direct dans le reste de l'économie locale de façon indirecte (chaîne de fournisseurs) ou induites (dépenses des ménages + dépenses publiques).

Attention, il convient d'être vigilant avec les comparaisons inter-sectorielles sur l'effet multiplicateur :

- Tout d'abord avec le nombre d'emplois dans le secteur : l'effet multiplicateur calculé sur un secteur avec peu d'emplois peut être considéré comme peu significatif (par convention moins de 10 salariés dans le secteur local)
- Ensuite, l'effet multiplicateur donne une image du modèle économique d'un secteur et pas forcément de sa performance en matière d'ancrage local. Un secteur très consommateur en consommations intermédiaires (ex : industries des boissons) présentera des impacts indirects importants par le seul fait d'externaliser la production ou d'acheter beaucoup pour x€ de production
- Enfin, un secteur peut très bien avoir un multiplicateur de production faible et un multiplicateur d'emplois élevé (bonne conversion des richesses qui re-circulent localement, notamment par des secteurs avec un ratio production/emplois faible comme les services) ou inversement présenter un multiplicateur d'emplois faible et un multiplicateur de production élevé (capacité à générer des liquidités localement à défaut de beaucoup d'emplois, notamment avec des secteurs de l'industrie lourde)

L'effet multiplicateur local doit surtout être appréhendé comme un indicateur qui peut être maximisé dans le temps en renforçant et diversifiant le circuit économique local, en offrant des opportunités d'achat local tant pour les entreprises que pour les ménages.

Et de suivre l'impact au fil des années...Par exemple, un secteur qui pèse 10 millions d'euros (et 65 emplois) localement avec un multiplicateur de 35€ pour 100€ de production directe représente un impact pour le territoire de 3,5 millions d'euros (sur 2/3 ans). Accroître l'effet multiplicateur ne serait-ce que de 10% générerait un surplus d'impact de 350k€ et près de 3 emplois ...

Quelles opportunités locales dans le secteur

UTOPIES°

INDUSTRIES AGRO-ALIMENTAIRES

Chaque année, le territoire achète pour près de 1 779 millions d'euros* de produits à l'industrie agro-alimentaire; 22% de cette demande trouve une réponse hors du territoire. Les potentiels économiques s'élèvent à 371 millions d'euros*



* « prix producteur » (qui revient in fine au producteur) hors taxes et hors marges commerciales ou de transport

LES SEGMENTS DE MARCHÉ LES PLUS PORTEURS

	Potentiel de production locale en M€*	Potentiel de création d'emplois	Degré d'autonomie locale en %
Fabrication et conditionnement de produits à base de poissons et fruits de mer	63,19	292	7,2%
Abattage et fabrication de produits à base de viande (hors volailles)	49,11	238	79,7%
Fabrication de fromage	29,31	67	24,1%
Fabrication de farines et de malt	26,03	83	65,0%
Transformation des volailles	24,03	134	71,8%
Fabrication de produits à partir de fruits et légumes (conserves, jus, soupes, etc.)	15,66	77	72,8%
Transformation de soja et autres graines oléagineuses	13,88	8	71,6%
Fabrication d'eaux minérales et de boissons rafraichissantes non alcoolisées	13,44	38	85,1%

QUELLES CIBLES PRIORISER ?

Secteurs qui achètent hors du territoire au secteur de l'agro-alimentaire

	Potentiel d'achats locaux en M€*
Ménages	114,6
Industries agro-alimentaires	95,2
Hôtellerie, Restauration	84,6
Santé, éducation, social	44,0
Loisirs / Culture / Sport	12,2
Administrations publiques	8,9
Agriculture, pêche	5,7

QUELLES SOLUTIONS DURABLES PROPOSER LOCALEMENT ?

- Développer de nouvelles offres agro-alimentaires locales peu consommatrices d'emballages comme la vente en vrac et le verre consigné
- Valorisation semi-industrielle des produits agricoles locaux et découverte de nouveaux débouchés (ex : développement d'une activité d'« artisan pastier » par des aviculteurs ou céréaliers, micro-brasseries...)
- Micro-usines agro-alimentaires (usines en kit) capable de proposer de fournir des produits élaborés sur des petits marchés avec des approvisionnements locaux
- Filières de revalorisation de produits alimentaires invendus : ex transformant les fruits et légumes en alcool (bière, vin, liqueurs...), confitures, friandises, soupes ou smoothies, filière d'alimentation animale...
- Chantiers d'insertion, conserveries solidaires...
- « Foodlab » : Un lieu de transformation alimentaire mutualisé mettant à disposition des producteurs des outils partagés (machines, autoclave, étiqueteuse, etc.), des personnes qualifiées et une certification)
- Mini-abattoir « clé en main » et modulaire pour éleveurs indépendants et bouchers charcutiers artisans, abattoir mobile se déplaçant de ferme en ferme
- Coworking culinaire dédiés aux start-ups de l'alimentation, aux habitants et touristes
- Lutte contre le gaspillage, vente d'invendus de commerçants à petits prix via une application numérique

EXEMPLES INSPIRANTS



INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



La ferme des trois vallons : de producteur céréalier à « artisan pastier »
Située à Bragelogne, dans le département de l'Aube, cette ferme céréalière réalise tout elle-même. Elle cultive ses céréales (en conversion agriculture biologique) pour ensuite les transformer en semoule grâce à un moulin à meule de pierre. Cette méthode permet de garder toutes les valeurs nutritionnelles du blé. La semoule va ensuite être transformée en pâtes, puis elles vont être séchées dans leur atelier à la ferme. Ces pâtes 100% Aube, sont le fruit d'un projet de deux ans lancé par ce couple de céréaliers qui voulait élaborer un produit fini grâce à leur production. Le procédé de fabrication est artisanal et lent afin de garantir la qualité du produit. Les pâtes sont commercialisées majoritairement dans le département de l'Aube (marchés fermiers, drive et sites internet, boutiques locales...).

Phénix, experts en valorisation des aliments invendus

Phénix est une entreprise sociale qui accompagne ses clients professionnels (grande distribution, industriels, secteur événementiel...) dans leurs problématiques de réduction de gaspillage et de valorisation des déchets. Phénix organise la collecte des invendus pour les associations (récupère une partie de la défiscalisation pour don perçue par le distributeur) et développe également de véritables filières de revalorisation : filière d'alimentation animale, transformation des fruits et légumes en confitures, friandises, soupes, en alcool (bière, vin,...), en peinture, en approvisionnement des restaurants anti gaspi... Phénix développe son action au sein de chaque région française (15 antennes), afin de trouver des solutions de réduction du gaspillage au plus près des gisements d'excédents.



Modulab : un abattoir modulaire « Low Cost » pour la valorisation des démarches en circuits courts des éleveurs

Modulab a été conçu pour le service aux éleveurs indépendants, bouchers-charcutiers artisans, circuits courts qui souhaitent aussi produire des viandes de qualité tout en respectant le bien-être des animaux avant et pendant l'abattage. L'équipement veille à assurer le bien-être des animaux, garantir des conditions d'hygiène optimales, produire dans des conditions économiques satisfaisantes et limiter les consommations d'eau et d'énergie. Livré clé en main 12 mois après signature du permis de construire avec le Plan de Maîtrise Sanitaire, les procédures de bien-être animale (MON), une formation complète pour les opérateurs à chaque poste. Le Modulab est disponible sous trois versions : mono-espèces porc / bovin/ovin (732 m²) et multi-espèces (1126 m²).

TOP 10 DES NOEUDS D'ÉCHANGE QUI POURRAIENT POTENTIELLEMENT ÊTRE RÉ-ENRACINÉS

Secteurs locaux acheteurs	Secteurs fournisseurs actuellement hors du département	Potentiel de production locale en M€*
Ménages	Abattage et fabrication de produits à base de viande (hors volailles)	20,7
Fabrication et conditionnement de produits à base de poissons et fruits de mer	Fabrication et conditionnement de produits à base de poissons et fruits de mer	20,3
Fabrication de pain, pâtisserie et produits de boulangerie	Fabrication de farines et de malt	20,3
Ménages	Fabrication de produits à partir de fruits et légumes (conserves, jus, soupes, etc.)	9,1
Ménages	Transformation des volailles	9,1
Ménages	Fabrication d'eaux minérales et de boissons rafraichissantes non alcoolisées	9,0
Ménages	Fabrication et conditionnement de produits à base de poissons et fruits de mer	8,3
Restauration rapide, cafeteria	Fabrication et conditionnement de produits à base de poissons et fruits de mer	7,9
Ménages	Fabrication de céréales pour le petit déjeuner	7,6
Fabrication de sucre, cacao, chocolat et produits de confiserie	Culture de fruits	7

UTOPIES°

Méthode LOCALSHIFT :

Les éléments ci-dessous précisent les calibrages et les sources spécifiques utilisés pour représenter le plus fidèlement possible le fonctionnement de l'économie réunionnaise. Par ailleurs, une note méthodologique détaillant les sources et le fonctionnement du modèle Local Shift est fournie en document complémentaire au présent rapport.

Données emplois :

- Base Sirene INSEE, disponible en open data, version au 1er janvier 2017
- Confrontation avec données CLAP 2015 par code APE et Nature juridique, obtenues sur commande auprès de l'INSEE
- Confrontation avec liste des établissements ayant cessé leur activité entre 2014 et 2016, obtenue sur commande auprès de la CCI Réunion

Données démographiques, de structure des ménages et revenus disponibles par unité de consommation :

- Base de données par communes de l'INSEE, 2014, disponible en open data, retraitements spécifiques
- Confrontation avec les fichiers du dispositif Filosofi de l'INSEE (revenus fiscaux localisés)

Données de production :

- Coefficients de production ajustés à partir de la base Esane, INSEE 2014
- Adaptation des niveaux de production avec le bilan économique 2016 de la Réunion INSEE (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2863679?sommaire=2856269>) et compléments avec les comptes économiques de la Réunion INSEE 2013, activité des branches <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2386064>

Données d'échanges extérieurs :

- Base complète d'import/export français du gouvernement www.douane.gouv.fr/services/dataadouane
- Ajustement avec les données de la direction des douanes de La Réunion, 2016, retraitée pour lisser les effets exceptionnels d'achats d'avion, obtenu auprès de la direction régionale des douanes de La Réunion.
- Enrichissement des statistiques douanières pour plus de précision, notamment pour les exportations vers la métropole, estimations à partir du modèle Localshift.



Pilotage de l'étude



Dominique Vienne, Président CPME Réunion
Eric LEUNG, Administrateur, conseil économie locale
Santhi VELOUPOULE, DG
Leïla MARIMAO, Coordination

Avec le soutien de la DIECCTE

Sylvie GUILLERY, Directrice régionale DIECCTE
Dorothee BAREL, Directrice Adjointe du Travail
Alain LE POUPON, Directeur du Travail

UTOPIES®

Directeur d'étude : Arnaud Florentin et Florent Levavasseur
Coordination de l'étude : Emma Castel
Analyse et rédaction : Emma Castel et Boris Chabanel
Conception de l'outil d'analyse et production des données : Arnaud Florentin, Emma Castel et Pierre Viard



Création Graphique : Odeline Leroy