

« ACTEURS LOCAUX en Mouvement »

Livre Blanc de l'Alliance Internationale des Territoires



Édition 2026

Michel Lecomte – Direction éditoriale



MENTIONS ÉDITORIALES

Titre : « Acteurs Locaux en Mouvement »

**Sous-titre : Livre Blanc de l'Alliance Internationale des Territoires
Édition : 2026**

Auteur et fondateur : Michel Lecomte

**Document de référence présentant une vision, une méthode
et un écosystème de coopération territoriale.**

IETEA - Les Acteurs Locaux

SOMMAIRE

[Éditorial du fondateur](#)

[Chapitre I — Le Manifeste de l'Intelligence Économique Territoriale En Action](#)

[Chapitre II — Les Ambassadeurs Territoriaux](#)

[Chapitre III — L'Écosystème de « Acteurs Locaux en Mouvement »](#)

[Chapitre IV — Gouverner par la connaissance des territoires](#)

[Chapitre V — Les Médias Territoriaux : reconstruire la curiosité](#)

[Chapitre VI — Les Habitants : retrouver les acteurs de son propre territoire](#)

[Chapitre VII — Le Marché des Acteurs Locaux : relocaliser le e-commerce](#)

[Chapitre VIII — Les Collectivités Partenaires : retrouver la souveraineté informationnelle](#)

[Chapitre IX — Le modèle économique de la prospérité territoriale](#)

[Chapitre X — L'Alliance Internationale des Territoires](#)

[Chapitre XI — L'Académie de « Acteurs Locaux en Mouvement »](#)

[Chapitre XII — La jeunesse : permettre à chaque territoire de garder son avenir](#)

[Chapitre XIII — L'Appel des Territoires](#)

[Conclusion générale](#)

[Charte de « Acteurs Locaux en Mouvement »](#)

[Pacte des Collectivités Partenaires](#)

[Manifeste des Ambassadeurs Territoriaux](#)

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Les territoires disposent de ressources, de compétences, de savoir-faire et d'énergies humaines considérables. Pourtant, ces richesses restent souvent dispersées, insuffisamment connues et difficilement accessibles à celles et ceux qui vivent à proximité.

Ce Livre Blanc propose une méthode pour reconstruire cette connaissance, organiser la visibilité des acteurs et favoriser les coopérations dans une démarche d'Intelligence Économique Territoriale.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne cherche pas à remplacer les outils numériques existants. Il propose un complément territorial où habitants, entreprises, associations, producteurs, collectivités et partenaires peuvent se retrouver autour d'une réalité commune

Éditorial du fondateur

Pourquoi j'ai créé « Acteurs Locaux en Mouvement »

Pendant plus de onze années, une même question m'a accompagné :

Comment est-il possible que nous soyons toujours plus connectés au monde tout en devenant étrangers à notre propre territoire ?

Nous avons rencontré des milliers d'entrepreneurs, d'agriculteurs, d'artisans, d'associations, d'élus et de citoyens.

Partout, le même constat est revenu : nos territoires sont riches mais leurs richesses restent souvent invisibles aux habitants de ces territoires

J'ai vu des commerçants disparaître alors que leurs voisins ignoraient jusqu'à leur existence, des associations abandonner faute de bénévole par manque de visibilité, des producteurs chercher des activités annexes pour survivre pendant que les consommateurs commandaient, en quelques clics sur Internet, des produits similaires venus de l'autre bout du monde. Ils étaient pourtant tous hyper connectés et certains même avec plusieurs milliers de contacts.

Le problème n'était pas le numérique.

Le problème était l'orientation du numérique des réseaux sociaux qui diminue chaque jour un peu plus la connexion dans la vraie vie...

Les grands réseaux sociaux ont réussi un exploit extraordinaire : relier des milliards d'individus. Mais leur modèle économique repose sur l'attention, les algorithmes et les bulles de filtre. Ils nous montrent principalement ce que nous aimons déjà ou engage une émotion pour capter notre attention...

Progressivement, cet Internet des réseaux des BigTech a réduit notre curiosité de notre environnement immédiat jusqu'à ignorer ceux qui vivent pourtant à quelques centaines de mètres de nous, nous donnant l'illusion que le monde est à portée de clic et surtout les commandes en ligne...

C'est de ce constat qu'est né « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Je n'ai jamais souhaité créer un réseau social supplémentaire. J'ai voulu construire un outil capable de redonner de la visibilité aux femmes et aux hommes qui font vivre nos territoires : les entreprises, les artisans, les producteurs, les commerçants, les associations, les collectivités et les citoyens engagés qui sont le cœur et l'âme des territoires.

Au fil des années, cette analyse est devenue une méthode que j'ai appelée « IETEA » l'Intelligence Économique Territoriale En Action

Elle repose sur une idée simple : un territoire ne peut protéger sa souveraineté économique, alimentaire et culturelle que s'il connaît ses propres acteurs, les relie entre eux et favorise leurs coopérations.

Cette réflexion ne s'arrête pas à la France. Elle est transposable partout dans le monde puisque le problème est le même partout.

Aujourd'hui, des Ambassadeurs nous rejoignent dans plusieurs pays d'Afrique, et demain, je souhaite que cette Alliance accueille des territoires du monde entier. Non pour les uniformiser, mais pour leur permettre d'échanger tant sur leurs savoir-faire que sur leurs cultures tout en préservant leur identité. L'autre n'est plus un étranger mais devient un allié.

Ce Livre Blanc n'est donc pas l'histoire d'une plateforme numérique, c'est une invitation adressée à tous ceux qui croient que l'avenir du monde passera par la renaissance de ses territoires.

Je vous souhaite la bienvenue dans cette aventure collective.



Michel Lecomte

Fondateur de **Smartrezo**, **TvLocale** et « **Acteurs Locaux en Mouvement** »

✉ : michel.lecomte@smartrezo.com

☎ : **05.63.65.88.04**

Chapitre I - Le Manifeste de l'Intelligence Économique Territoriale En Action

L'Intelligence Économique Territoriale

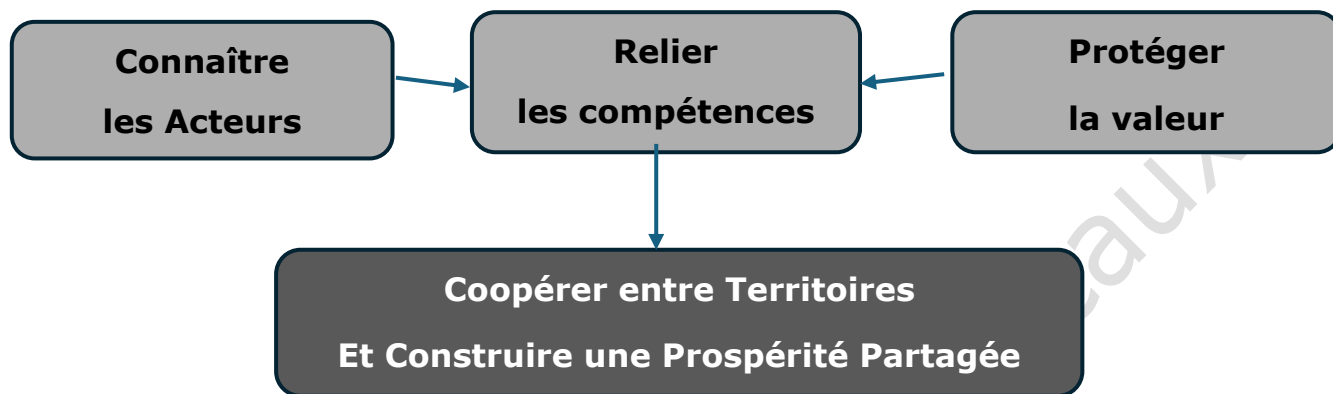


Schéma de synthèse – chapitre I

« Un territoire qui ne connaît pas ses acteurs ne peut pas construire sa souveraineté. Il ne s'appauvrit pas lorsqu'il manque de richesses. Il s'appauvrit lorsque ses habitants ne se rencontrent plus pour parler et échanger ses richesses. »

Avant-propos

A chaque époque l'individu a inventé les outils qui lui ont permis d'évoluer et d'élargir son horizon. De l'invention de la roue à celui de l'aviation, il a construit des réseaux de transport reliant les villes entre elles.

Le XX^e siècle a construit des réseaux de transport reliant les villes entre elles. Le XXI^e siècle a construit des réseaux numériques reliant les individus à l'échelle de la planète. Pourtant, au moment où l'humanité n'a jamais été aussi connectée, un phénomène inattendu est apparu : les habitants d'un même territoire s'éloignent les uns des autres au point qu'ils se connaissent de moins en moins.

Cette contradiction est le point de départ de « Acteurs Locaux en Mouvement »

Notre réflexion ne consiste pas à critiquer Internet, indispensable de nos jours, ni à opposer les territoires à la mondialisation. Elle part d'un constat beaucoup plus simple : un territoire ne peut pas protéger ce qu'il ne connaît plus.

C'est pourquoi nous proposons une nouvelle approche appliquée au développement local : l'IETEA acte l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

1. Le grand paradoxe du numérique

Les réseaux sociaux ont profondément transformé notre manière de communiquer. Ils permettent à chacun de publier, d'échanger et de diffuser instantanément une information et d'acheter partout dans le monde.

Cette révolution est incontestable, mais elle possède également un effet secondaire rarement évoqué : les algorithmes privilégient les contenus susceptibles de retenir notre attention, et non ceux qui favorisent la découverte de notre environnement immédiat.

Progressivement, chacun évolue dans une bulle de filtre numérique et devient amnésique de son territoire.

L'amateur de sport voit davantage de sport.

Le passionné de cuisine découvre davantage de recettes.

L'entrepreneur reçoit principalement des contenus économiques.

Pendant ce temps, le maraîcher situé à deux kilomètres, l'association culturelle du village voisin ou l'artisan récemment installé deviennent invisibles.

Le problème n'est donc pas le manque d'information, le problème est la disparition de la curiosité territoriale.

Or une société qui perd la curiosité perd progressivement sa capacité à créer des rencontres.

Le problème n'est pas un manque de talent, le problème est un manque de connexion dans la vraie vie.

2. La naissance d'une idée

Il y a onze années, une question s'est imposée : Comment redonner aux habitants l'envie de découvrir les richesses de leur propre territoire ?

La réponse n'était pas de créer un nouveau réseau social, elle était de créer un écosystème territorial où chaque acteur devient visible, où chaque publication profite à l'ensemble de la communauté et où la technologie sert l'économie locale plutôt que la captation de l'attention.

C'est ainsi qu'est née la méthode de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Elle repose sur une conviction simple : La proximité n'est pas un territoire géographique, c'est une intelligence collective.

3. Définition de l'Intelligence Économique Territoriale

L'Intelligence Économique Territoriale En Action, ou IETEA, est la capacité d'un territoire à :

- Identifier ses ressources humaines ;
- Cartographier ses compétences ;
- Valoriser ses savoir-faire ;

- Organiser les échanges entre ses acteurs ;
- Protéger sa création de valeur ;
- Coopérer avec les autres territoires du monde.

L'IETEA n'est pas une méthode de concurrence, elle est une méthode de coopération organisée. Elle transforme l'information en développement économique, culturel et social.

Autrement dit, elle répond à une question fondamentale : Qui sommes-nous, que savons-nous faire et comment pouvons-nous construire ensemble notre avenir ?

4. Les trois souverainetés territoriales

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne raisonne jamais en termes de souveraineté nationale.

Notre approche est territoriale.

Chaque commune, département, région ou pays partenaire possède trois patrimoines qu'il doit préserver.

La Souveraineté Économique

Un territoire produit chaque jour une richesse considérable, des entreprises innovent, des artisans transmettent leur métier, des commerçants créent de l'emploi et des professions libérales accompagnent la population.

Pourtant, une partie importante de cette valeur économique quitte le territoire parce que la visibilité est captée par des plateformes extérieures.

L'objectif de l'IETEA est de maintenir la création de valeur au plus près de ceux qui la produisent.

Ce n'est pas une logique protectionniste, c'est une logique de responsabilité territoriale.

La souveraineté alimentaire

Un territoire qui ne connaît plus ses producteurs devient dépendant de chaînes d'approvisionnement qu'il ne maîtrise plus.

« Acteurs Locaux en Mouvement » souhaite rapprocher

- Les agriculteurs ;
- Les éleveurs ;
- Les pêcheurs ;
- Les transformateurs ;
- Les restaurateurs ;
- Les consommateurs.

Le numérique devient alors un outil permettant de raccourcir les distances économiques plutôt que de les allonger.

La souveraineté culturelle

La culture n'est pas seulement le patrimoine historique.

Elle est également constituée de :

- La presse locale ;
- Les langues régionales ;
- Les traditions ;
- Les artistes ;
- Les associations ;
- Les événements populaires.

Lorsqu'un territoire perd ses médias de proximité, il perd progressivement le récit de sa propre identité.

C'est pourquoi le Collectif « Acteurs Locaux en Mouvement » / [Smartrezo](#) avec ses [TVLocale](#) collaboratives n'est pas un simple média. Il devient un outil de souveraineté culturelle.

5. Pourquoi nous raisonnons par territoires ?

Le monde est souvent organisé autour des États. Notre démarche est différente.

Les défis quotidiens sont vécus dans les territoires. C'est dans une commune que l'on ouvre un commerce, c'est dans une région que l'on développe une filière agricole, c'est dans une ville que les associations trouvent leurs bénévoles, c'est dans un quartier que naît le lien social.

Voilà pourquoi « Acteurs Locaux en Mouvement » construit un maillage allant : du quartier → à la commune → au département → à la région → au pays → puis aux continents.

Chaque niveau conserve son autonomie et son identité tout en restant connecté aux autres.

Cette architecture permet une coopération jusqu'à l'international sans effacer les identités locales.

6. La connaissance précède la prospérité

Pendant des décennies, les territoires ont accumulé des bases de données administratives. Mais un fichier n'est pas une communauté.

« Acteurs Locaux en Mouvement » introduit une différence fondamentale.

L'Annuaire Territorial de la plateforme Acteurs Locaux ne recense pas automatiquement tous les acteurs. Il rassemble exclusivement les Membres Premium, c'est-à-dire les femmes et les hommes qui choisissent volontairement de participer au développement de leur territoire en favorisant au maximum l'Économie Circulaire.

Chaque Membre adhérent devient alors :

- Visible car les habitants et les acteurs économiques le trouve dans l'annuaire ;
- Identifiable ;
- Relié aux autres ;
- Valorisé par le média territorial sur lequel il est même éditeur ;
- Accessible dans les Places de marchés BtoB et BtoC.

La connaissance devient enfin une richesse collective.

7. Une mondialisation des territoires

Certains opposent le local au mondial.

Nous refusons cette opposition. Nous croyons qu'un territoire fort est précisément celui qui peut partager ses compétences avec les autres.

Un artisan français peut coopérer avec un artisan sénégalais, une région marocaine peut échanger avec une région occitane, une coopérative ivoirienne peut transmettre son expérience à une collectivité européenne.

L'Alliance Internationale de « Acteurs Locaux en Mouvement » ne construit pas une mondialisation des multinationales. Elle construit une mondialisation des territoires.

Pendant des décennies, les relations internationales ont principalement été organisées entre États ou grandes entreprises, ce qui ferment les frontières aux petites structures locales.

Nous proposons une autre logique : des territoires qui coopèrent directement entre eux car ils font partie d'un maillage des territoires national et international.

Une commune française peut partager son savoir-faire touristique avec une ville africaine.

Une région agricole peut développer des partenariats avec des producteurs d'un autre continent en complémentarité

Une école ou université peut créer des échanges ou proposer des formations avec les entreprises d'un territoire partenaire.

La coopération devient horizontale et l'horizon pour nos jeunes s'ouvrent.

Conclusion du chapitre

L'Intelligence Économique Territoriale n'est pas une théorie supplémentaire.

C'est une méthode de développement fondée sur une idée simple :

Connaître ses acteurs. Révéler leurs richesses. Organiser leurs échanges.
Coopérer avec les autres territoires.

C'est sur ce socle que reposent désormais tous les outils de « Acteurs Locaux en Mouvement » : avec un maillage d'annuaires territoriaux, de médias **TV**Locale, de membres Premium, de Places de marchés BtoB et BtoC, d'ateliers d'éducation aux médias et aux dangers d'Internet et l'Alliance Internationale des Territoires.

IETEA - Les Acteurs Locaux

Chapitre II - Les Ambassadeurs Territoriaux

« Un territoire ne se transforme jamais seul. Il progresse lorsqu'une femme ou un homme décide de relier les autres. »

Avant-propos

L'Intelligence Économique Territoriale En Action ne peut exister sans femmes et sans hommes capables d'animer leur territoire. Les technologies facilitent les échanges, les médias diffusent les informations, les marketplaces favorisent les transactions, mais aucun outil ne remplacera jamais la capacité humaine à créer la confiance et le lien.

C'est pour cette raison que « Acteurs Locaux en Mouvement » a créé la fonction d'Ambassadeur Territorial.

L'Ambassadeur n'est ni un représentant commercial, ni un élu, ni un influenceur. Il est le facilitateur de l'écosystème territorial. Sa mission consiste à révéler les richesses de son territoire, à fédérer « Les Acteurs Locaux » et à développer des coopérations durables avec les autres territoires partenaires.

Dans chaque commune, département, région d'un pays, l'Ambassadeur devient le premier acteur de l'Intelligence Économique Territoriale.

1. Pourquoi un Ambassadeur plutôt qu'un licencié ?

Le mot licencié décrit une relation contractuelle tandis que le mot Ambassadeur décrit une mission.

Cette nuance est essentielle.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne cherche pas à distribuer des franchises. Il construit une Alliance Internationale de territoires où chaque représentant devient le gardien d'une vision commune.

Être Ambassadeur Territorial, c'est accepter de servir un territoire avant de servir une organisation. Son engagement est d'abord humain.

Il consiste à créer des rencontres, favoriser les coopérations et développer la prospérité locale dans le respect de la charte des Acteurs Locaux.

2. Le profil de l'Ambassadeur Territorial

Il n'existe pas de profil unique.

Un Ambassadeur peut être un chef d'entreprise, un responsable associatif, un journaliste local, un ancien élu, un agriculteur, un enseignant ou tout simplement une personne profondément attachée à son territoire.

Ce qui compte n'est pas sa profession. Ce qui compte est sa capacité à rassembler et son attachement à son territoire.

L'Ambassadeur possède avant tout trois qualités fondamentales :

- La curiosité, parce qu'il cherche à découvrir les talents souvent invisibles.
- L'écoute, parce qu'un territoire se construit avec toutes ses composantes.
- La bienveillance, parce que la coopération naît toujours de la confiance.

3. La mission fondamentale : révéler les richesses du territoire

L'Intelligence Économique Territoriale En Action commence par une question simple :

Qui sont les acteurs de mon territoire ?

L'Ambassadeur devient le premier cartographe de cette richesse.

Il identifie les entreprises, les artisans, les producteurs, les commerçants, les professions libérales, les associations, les établissements culturels et les initiatives citoyennes qui contribuent quotidiennement à la vie locale.

Son objectif n'est pas de constituer un fichier administratif. Il construit une communauté volontaire d'adhérents Premium.

Chaque adhérent rejoint librement « Acteurs Locaux en Mouvement » et accepte de participer activement au développement de son territoire.

Ainsi naît l'Annuaire Territorial des Acteurs Locaux, véritable base de connaissance de l'écosystème local.

4. Les cinq responsabilités de l'Ambassadeur

4.1. Développer la communauté des Membres Premium

L'Ambassadeur rencontre les acteurs économiques et leur présente une vision.

Il ne vend pas un abonnement. Il explique comment chaque Membre Premium devient lui-même un éditeur territorial, capable de publier ses actualités, ses vidéos et ses événements sur le média local.

Chaque nouveau Membre Premium enrichit l'ensemble de la communauté.

4.2. Animer le média territorial

TVLocale est la voix du territoire. Mais cette voix est collective.

L'Ambassadeur encourage les Membres Premium à publier régulièrement des contenus de qualité afin que le média reflète réellement la diversité économique, culturelle et associative du territoire.

Chaque journaliste local veille à la qualité éditoriale sans devenir rédacteur unique.

4.3. Développer les ateliers d'éducation aux médias

La désinformation et les manipulations numériques représentent aujourd'hui un enjeu majeur.

« Acteurs Locaux en Mouvement » organise des ateliers destinés aux jeunes, aux familles, aux seniors et aux collectivités afin de développer l'esprit critique et de comprendre les mécanismes des réseaux sociaux, des algorithmes et des bulles de filtre.

L'Ambassadeur coordonne ces actions avec les partenaires éducatifs.

4.4. Accompagner les collectivités partenaires

Une mairie, un département ou une région possède souvent une excellente communication institutionnelle mais elle dépend largement des réseaux sociaux des BigTech pour toucher sa population.

L'Ambassadeur propose une alternative complémentaire.

Grâce au média territorial, aux Membres Premium et aux outils de consultation citoyenne, la collectivité retrouve une communication ancrée dans son propre territoire. C'est d'autant plus vrai que le simple fait que ses équipes de communication qui publient en instantané sur leurs pages réseaux sociaux, ont perdu beaucoup de petits médias locaux incapables de publier aussi vite et surtout gratuitement.

4.5. Créer des coopérations internationales

Chaque Ambassadeur appartient à une communauté territoriale.

Son territoire peut échanger des savoir-faire avec une autre région, développer des partenariats économiques, partager des expériences agricoles ou valoriser son patrimoine auprès d'autres territoires faisant partie du maillage de la plateforme numérique mondiale « Acteurs Locaux en Mouvement ».

La coopération devient un moteur de développement réciproque.

5. Une neutralité indispensable

« Acteurs Locaux en Mouvement » rassemble des personnes de toutes sensibilités.

Pour préserver cette diversité, le mouvement adopte un principe fondamental :

Le média de « Acteurs Locaux en Mouvement » exclue les contenus de propagande politique, les campagnes électorales, le prosélytisme religieux et toute communication destinée à opposer les citoyens.

Cette neutralité n'est pas une absence de convictions. Elle est la condition nécessaire pour permettre à tous les acteurs d'un territoire de travailler ensemble.

Un commerçant, un agriculteur, un maire, un bénévole ou un chef d'entreprise doivent pouvoir collaborer indépendamment de leurs opinions personnelles.

Le territoire devient ce qui nous rassemble.

6. L'Ambassadeur, premier acteur de la Souveraineté Territoriale En Action

La souveraineté ne se décrète pas. Elle se construit quotidiennement.

Lorsqu'un Ambassadeur aide un producteur à rencontrer un restaurateur, il renforce la souveraineté alimentaire.

Lorsqu'il accompagne un artisan dans sa visibilité numérique, il renforce la souveraineté économique.

Lorsqu'il valorise une association culturelle ou un média local, il renforce la souveraineté culturelle.

Son action relie des personnes qui, sans lui, ne se seraient peut-être jamais rencontrées.

Il devient ainsi le chef d'orchestre discret de l'Intelligence Économique Territoriale.

7. Le serment de l'Ambassadeur Territorial

Je crois qu'il est important que chaque Ambassadeur puisse s'identifier à un engagement commun.

Je m'engage à servir mon territoire avec éthique, bienveillance et neutralité.

Je m'engage à révéler les richesses humaines, économiques, alimentaires et culturelles qui le composent.

Je m'engage à favoriser la coopération plutôt que la concurrence, le dialogue plutôt que la division, la curiosité plutôt que les bulles de filtre.

Je deviens Ambassadeur Territorial de « Acteurs Locaux en Mouvement » afin de construire une prospérité partagée avec les autres territoires de mon pays et pourquoi pas du monde.

Conclusion du chapitre

Les technologies créent des réseaux. Les Ambassadeurs créent des relations.

C'est toute la différence entre une plateforme numérique et une Alliance Internationale de territoires.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne se développera jamais grâce à des algorithmes. Il se développera grâce à des femmes et des hommes qui choisiront de consacrer une partie de leur énergie à faire grandir leur territoire.

Et c'est précisément cette mission qui donne tout son sens au titre d'Ambassadeur Territorial.

Chapitre III — L'Écosystème de « Acteurs Locaux en Mouvement »

« La prospérité d'un territoire naît lorsque l'information, l'économie et les citoyens travaillent enfin dans la même direction. »

Avant-propos

« Acteurs Locaux en Mouvement » n'est ni un réseau social, ni un média traditionnel, ni une marketplace, ni un simple annuaire professionnel. Il est un écosystème territorial.

Cette distinction est essentielle. Depuis des années, les outils numériques ont été développés de manière indépendante : les médias diffusent des informations, les annuaires recensent des professionnels, les plateformes de commerce vendent des produits et les réseaux sociaux organisent des communautés.

Le résultat est une fragmentation des usages.

Un citoyen lit son actualité sur une plateforme et cherche un artisan sur un moteur de recherche et il commande ensuite sur une marketplace délocalisée et le plus souvent étrangère.

Pendant ce temps, les acteurs de son territoire demeurent dispersés.

L'innovation de « Acteurs Locaux en Mouvement » consiste à réunir ces fonctions dans une même logique d'Intelligence Économique Territoriale.

L'objectif n'est pas de retenir les utilisateurs dans une nouvelle plateforme. L'objectif est de leur permettre de participer naturellement à l'économie de leur territoire.

1. L'écosystème plutôt que la plateforme

Une plateforme cherche généralement à concentrer l'audience. Un écosystème cherche à faire coopérer les acteurs. Cette différence change tout.

« Acteurs Locaux en Mouvement » repose sur cinq piliers complémentaires.

Piliers	Sa mission
Annuaire Territorial	Connaître les acteurs du territoire
TVLocale	Valoriser leurs initiatives
Marché BtoB & BtoC	Organiser les échanges économiques
Éducation aux médias	Développer l'esprit critique
Alliance Internationale	Coopérer entre territoires

Chaque pilier renforce les autres. Aucun ne fonctionne isolément.

2. Le Membre Adhèrent Premium : l'éditeur du territoire

C'est probablement l'innovation la plus importante de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Dans les médias traditionnels, les entreprises achètent des espaces publicitaires.

Dans les réseaux sociaux, elles publient uniquement pour leur propre communauté, où si elles en ont les moyens achètent des publications ciblées (publicité)

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose une troisième voie.

Chaque Membre Premium devient lui-même un éditeur sur le média territorial.

Et il dispose d'un Blog, véritable espace média pour archiver ses publications comprenant :

- Sa chaîne TV ;
- Ses articles ;
- Ses événements ;
- Ses promotions ;
- Sa présentation.
- Sa boutique e-commerce

Autrement dit, chaque acteur économique produit lui-même son information.

Le territoire cesse d'être raconté uniquement par quelques journalistes. Il est raconté collectivement par ceux qui le font vivre.

3. La mutualisation des communautés

L'une des principales limites des réseaux sociaux réside dans la séparation des communautés. Chaque créateur parle principalement à ses abonnés.

Les algorithmes renforcent cette logique en proposant des contenus toujours plus proches des habitudes de chacun.

« Acteurs Locaux en Mouvement » adopte exactement la logique inverse.

Toutes les publications des membres Premium arrivent automatiquement sur les pages médias territoriales et peuvent remonter sur les niveaux territoriaux supérieurs si besoin.

Le lecteur ne découvre donc pas uniquement les sujets qu'il recherchait.

Il découvre également des univers qu'il n'aurait jamais imaginés consulter. Un amateur de football peut découvrir un viticulteur, une famille venue lire l'actualité scolaire peut rencontrer une association culturelle, Un entrepreneur peut découvrir un artisan capable de devenir son futur partenaire.

La curiosité redevient un moteur de développement.

C'est ce que nous appelons la Mutualisation des Communautés Territoriales.

Et comme la curiosité n'a pas de prix, ni de cage, l'accès à toutes ces informations est gratuit pour l'internaute et sans inscription. On ne peut pas se donner pour mission de dynamiser les territoires et exiger aux habitants de ces mêmes territoires de s'inscrire ou de payer pour s'informer.

4. L'Annuaire Territorial de « Acteurs Locaux en Mouvement »

Le mot annuaire peut sembler sans originalité par rapport à ce qui existe déjà. Pourtant, il constitue le socle de toute l'Intelligence Économique Territoriale.

Un territoire ne peut développer ses richesses que s'il connaît précisément les femmes et les hommes qui les produisent.

Contrairement aux répertoires administratifs, notre annuaire ne recense pas automatiquement tous les acteurs.

Il rassemble exclusivement les Membres Adhérents Premium de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Cette adhésion volontaire garantit plusieurs principes :

- Des informations fiables ;
- Une mise à jour permanente ;
- Une communauté réellement engagée ;
- Une coopération active entre les membres.

L'annuaire devient ainsi une base de connaissance vivante plutôt qu'un simple carnet d'adresses.

Un maillage territorial inédit

L'originalité ne réside pas seulement dans l'annuaire. Elle réside dans leur interconnexion.

Chaque territoire possède son propre annuaire tout en étant relié aux autres.

Le maillage fonctionne naturellement :

Quartier → Commune → Intercommunalité → Département → Région → Pays → Continents

Cette architecture permet à une entreprise de rayonner localement tout en développant des coopérations départementales, régionales, nationales et internationales sans perdre son ancrage territorial.

C'est l'une des principales différences avec les plateformes mondiales.

5. TVLocale : la fédération des médias territoriaux

TVLocale n'est pas une chaîne de télévision au sens classique.

Elle est une fédération de médias associatifs de proximité existants cooptés ou s'il n'y en a pas, ce seront des Club Vidéo locaux initiés par la délégation locale de l'association « Acteurs Locaux en Mouvement »

Chaque territoire possède son média. Chaque média appartient à son territoire.

Et l'ensemble constitue un réseau départemental, régional, national et international capable de partager les meilleures initiatives locales.

Sa mission est multiple :

- Informer
- Valoriser les actualités économiques, associatives, culturelles, sportives et institutionnelles produites par les adhérents.
- Inspirer
- Faire circuler les bonnes pratiques entre les territoires.

Une innovation développée dans une région peut devenir une source d'inspiration pour une collectivité située à plusieurs milliers de kilomètres.

L'information devient alors un accélérateur de coopération.

6. Le nouveau réflexe numérique

Aujourd'hui, lorsqu'un habitant cherche un professionnel, il ouvre généralement un moteur de recherche.

Le résultat proposé se trouve systématiquement être :

- Annonces sponsorisées ;
- Plateformes internationales ;
- Marketplaces délocalisées ;
- Contenus privilégiés par les algorithmes.

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose une autre habitude.

Le citoyen ouvre d'abord le média de son territoire.

Il y découvre :

- Les actualités locales ;
- Les entreprises adhérentes ;
- Les producteurs ;
- Les artisans ;
- Les associations
- Les événements ;
- Puis accède directement à la Place de Marché des Acteurs Locaux.

La logique devient :

Découvrir → Connaître → Acheter local → Partager

Cette différence paraît simple. Elle est pourtant fondamentale pour la souveraineté économique d'un territoire. Retrouver l'ensemble des acteurs d'un territoire sur une même plateforme sans intervention des algorithmes en utilisant le moteur de recherche intégré qui va indiquer les résultats au plus près du lieu de vie indiqué.

7. Complémentaires des BigTech

Il est essentiel de lever une ambiguïté.

« Acteurs Locaux en Mouvement » n'a jamais eu vocation à remplacer Facebook, LinkedIn, Instagram, X ou WhatsApp.

Ces plateformes possèdent une puissance de diffusion mondiale considérable.

Notre stratégie est différente.

Les contenus naissent sur le média territorial. Puis les lecteurs et les adhérents les partagent librement sur leurs réseaux sociaux habituels.

Autrement dit :

- **« Acteurs Locaux en Mouvement » produit la valeur.**
- **Les BigTech diffusent cette valeur.**

Nous ne sommes donc pas des concurrents.

Nous sommes des compléments de bon sens.

Les réseaux sociaux retrouvent leur véritable rôle : celui de canaux de diffusion et non de propriétaires de l'information locale.

8. L'audimat territorial partagé

Les chiffres d'audience de « Acteurs Locaux en Mouvement » sont souvent mal compris.

Ils ne correspondent pas uniquement au trafic d'un site Internet. Ils résultent de la mutualisation des audiences générées par l'ensemble des membres Premium.

Chaque éditeur développe sa propre communauté grâce à son blog et à sa chaîne TV.

Lorsqu'il publie, son contenu bénéficie simultanément :

- De son audience personnelle ;
- De l'audience du média territorial ;
- Des partages réalisés par les autres communautés ;
- Du maillage entre les territoires.
- De l'audience de son partenaire numérique Smartrezo

L'audience devient donc une richesse collective.

Nous parlons d'Audimat Territorial Partagé, car la visibilité de chacun renforce la visibilité de tous.

Cette philosophie est exactement l'inverse des modèles fondés sur la concurrence entre créateurs.

Conclusion du chapitre

L'écosystème de « Acteurs Locaux en Mouvement » repose sur une idée simple mais profondément innovante :

Chaque acteur devient à la fois lecteur, éditeur, ambassadeur et partenaire économique de son territoire.

L'information nourrit la visibilité.

La visibilité nourrit la rencontre.

La rencontre nourrit l'économie.

Et l'économie renforce la souveraineté territoriale.

C'est cette mécanique vertueuse qui constitue le cœur de « Acteurs Locaux en Mouvement » et qui prépare naturellement le chapitre suivant : la gouvernance des territoires, où nous verrons comment collectivités, citoyens et acteurs économiques peuvent enfin travailler dans une même direction.

Chapitre IV - Gouverner par la connaissance des territoires

« On ne peut gouverner durablement un territoire que si l'on connaît réellement les femmes et les hommes qui le font vivre. »

Avant-propos

Pendant des décennies, les collectivités ont appris à administrer leurs territoires. Elles disposent de budgets, de compétences, de services publics, de plans d'urbanisme et d'outils statistiques toujours plus nombreux.

Pourtant, une question demeure étonnamment difficile :

Qui sont réellement les acteurs vivants de notre territoire ?

Les fichiers administratifs répondent partiellement à cette interrogation. Ils recensent des entreprises, des associations ou des établissements. Mais ils ne racontent ni les coopérations possibles, ni les savoir-faire, ni les initiatives locales, ni les communautés qui composent la vie quotidienne.

L'Intelligence Économique Territoriale En Action propose une évolution de la gouvernance : passer d'une administration des données à une connaissance des acteurs.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne remplace évidemment pas les institutions. Il leur apporte un outil de lecture et d'animation permettant de mieux comprendre leur propre écosystème territorial.

1. Le territoire est une communauté avant d'être un périmètre

Une commune n'est pas seulement une superficie. Un département n'est pas seulement une carte. Une région n'est pas seulement une compétence administrative. Un territoire est d'abord une communauté humaine.

Le territoire est constitué de milliers de relations possibles entre :



La véritable richesse d'un territoire ne réside donc pas uniquement dans son patrimoine. Elle réside dans la qualité des liens qui unissent ses acteurs.

C'est précisément cette richesse invisible que l'Intelligence Économique Territoriale cherche à révéler.

2. De l'administration à la connaissance

Les collectivités disposent déjà de nombreuses bases de données.

Elles connaissent le nombre d'habitants, le nombre d'entreprises, les données fiscales, les équipements publics, les indicateurs démographiques...

Ces informations sont indispensables.

Mais elles répondent principalement à la question : Combien ?

L'IETEA répond à une autre question : Qui ?

- Qui produit quoi localement ?
- Qui forme les jeunes ?
- Qui accueille des apprentis ?
- Qui peut fournir les cantines ?
- Qui organise des événements culturels ?
- Qui possède un savoir-faire remarquable ?

Cette connaissance qualitative transforme profondément la capacité d'action des collectivités.

3. L'Annuaire Territorial Intelligent

L'Annuaire Territorial des Acteurs Locaux devient ici un outil stratégique.

Il ne s'agit pas d'un annuaire publicitaire. Il constitue une cartographie dynamique des Membres Premium.

Chaque fiche permet d'identifier :

L'acteur partage

Son activité
Ses produits
Ses services
Ses actualités
Ses événements
Ses coopérations

La collectivité comprend

Les compétences présentes
Les ressources locales
Les besoins économiques
La vitalité du territoire
Le dynamisme associatif
Les réseaux existants

L'annuaire devient ainsi un véritable tableau de bord territorial. Il aide les élus à prendre des décisions mieux éclairées.

Il permet aux habitants /consommateurs et aux Acteurs Locaux de trouver au plus près ce qu'ils recherchent et cela grâce au maillage des territoires.

4. La collectivité partenaire

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne demande jamais à une collectivité d'abandonner ses outils de communication.

Au contraire. Notre philosophie est celle de la complémentarité.

Aujourd'hui, la majorité des collectivités communiquent principalement grâce aux réseaux sociaux des BigTech.

Ces outils sont performants pour diffuser rapidement une information. Mais ils présentent deux limites importantes :

- Ils ne touchent pas l'ensemble de la population ;
- Leurs algorithmes décident largement de la visibilité réelle des publications.

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose une approche plus durable.

Le média territorial devient la source officielle de proximité et les réseaux sociaux deviennent des relais de diffusion.

Cette inversion est fondamentale. La collectivité retrouve progressivement sa souveraineté informationnelle puisqu'elle y communique également.

5. Le média comme bien commun territorial

Un média territorial n'appartient pas à une majorité politique. Il appartient à son territoire.

Sa vocation est de valoriser les initiatives économiques, les événements culturels ou sportifs, les projets associatifs, les innovations locales et les réussites citoyennes

Les élus y trouvent naturellement leur place lorsqu'ils informent la population sur les politiques publiques.

Mais ils ne deviennent jamais les seuls producteurs d'information.

Cette diversité garantit la crédibilité du média et elle renforce également le sentiment d'appartenance des habitants.

6. La consultation citoyenne des territoires

Une démocratie vivante ne consiste pas uniquement à voter tous les six ans, elle consiste également à écouter.

« Acteurs Locaux en Mouvement » intègre un outil de consultation citoyenne territoriale permettant à une collectivité de soumettre une idée ou un projet à ses habitants.

Il est essentiel de rappeler un principe :

Cette consultation n'a pas de valeur décisionnelle. Elle constitue un outil d'aide à la décision.

Elle permet notamment de mesurer :

- La perception d'un projet ;
- Les priorités des habitants ;
- Les inquiétudes éventuelles ;
- Les propositions complémentaires.

Les élus conservent naturellement leur responsabilité et leur liberté de décision.

L'outil renforce le dialogue, il ne remplace jamais la démocratie représentative.

7. Les indicateurs de prospérité territoriale

L'Intelligence Économique Territoriale En Action invite également les collectivités à observer des indicateurs nouveaux.

Au-delà du PIB ou des statistiques traditionnelles, un territoire peut mesurer :

Indicateur	Ce qu'il révèle
Nombre d'adhérents Premium	L'engagement économique
Publications locales	La vitalité médiatique
Coopérations BtoB	La densité des échanges
Événements associatifs	La richesse sociale
Producteurs référencés	La souveraineté alimentaire
Jeunes impliqués	La capacité de renouvellement

Ces indicateurs dessinent une vision beaucoup plus humaine du développement territorial.

Ils mesurent la qualité des relations, et non uniquement la quantité des infrastructures.

8. Une nouvelle responsabilité des élus

Le rôle d'un élu évolue. Il ne s'agit plus seulement de gérer des équipements. Il devient également l'animateur d'un écosystème.

Son ambition est de créer les conditions permettant aux acteurs locaux de coopérer davantage.

Cette gouvernance repose sur trois verbes :

- Écouter les citoyens.
- Relier les acteurs économiques.
- Valoriser les réussites du territoire.

« Acteurs Locaux en Mouvement » offre précisément les outils permettant de mettre cette philosophie en œuvre.

Conclusion du chapitre

Gouverner un territoire ne consiste plus uniquement à administrer des compétences, mais c'est la capacité de connaître ses acteurs, de favoriser leurs rencontres et de faire émerger une intelligence collective.

L'Intelligence Économique Territoriale En Action de « Acteurs Locaux en Mouvement » propose ainsi une évolution profonde de l'action publique : placer les femmes et les hommes du territoire au cœur de chaque décision.

Le chapitre suivant montrera comment nos médias territoriaux deviennent le moteur de cette intelligence collective en redonnant aux citoyens ce que les algorithmes leur ont progressivement retiré : la curiosité et l'envie de découvrir les autres.

Chapitre V - Les Médias Territoriaux : reconstruire la curiosité

« L'information ne vaut pas seulement par ce qu'elle raconte. Elle vaut par les rencontres qu'elle provoque. »

Avant-propos

Au cours des vingt dernières années, le monde a vu naître les plus puissants outils de communication de son histoire. Jamais une photographie, une vidéo ou un article n'ont circulé aussi rapidement.

Pourtant, cette révolution a produit un paradoxe.

Les citoyens connaissent parfois mieux l'actualité d'un autre continent que les initiatives remarquables qui se développent dans leur propre commune.

Pourquoi ?

Parce que les réseaux sociaux ne sont pas conçus pour organiser la découverte d'un territoire. Leur objectif est de prolonger l'attention de chaque utilisateur grâce à des algorithmes qui lui proposent des contenus proches de ses habitudes. Leur modèle économique étant bien d'afficher sur les écrans de chacun des publicités et contenus ciblés en relation avec les données de navigation de chaque internaute.

« Acteurs Locaux en Mouvement » a fait un choix radicalement différent.

Notre ambition n'est pas de créer un nouveau réseau social. Notre ambition est de reconstruire la curiosité territoriale afin de préserver les commerces et producteurs locaux.

TVLocale devient ainsi bien davantage qu'un média : il devient l'infrastructure culturelle de l'Intelligence Économique Territoriale En Action de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

1. La fin des bulles de filtre

Les algorithmes ne sont pas mauvais. C'est l'usage que l'utilisateur en fait qui devient problématique pour « Acteurs Locaux en Mouvement ». Sur les grandes plateformes, Ils sont simplement conçus pour optimiser une logique commerciale différente. Ils apprennent ce que nous aimons déjà afin de nous proposer davantage de contenus similaires.

Cette mécanique crée progressivement ce que l'on appelle des bulles de filtre.

Chacun évolue dans un univers personnalisé.

L'entrepreneur voit surtout des entrepreneurs. Le sportif rencontre principalement des sportifs. L'amateur de cuisine découvre encore davantage de cuisine.

La conséquence est discrète mais profonde : Nous cessons progressivement d'être surpris.

Pourtant l'être humain et son ouverture d'esprit évoluent au contact d'univers différents et un territoire vit précisément de la rencontre entre des univers différents.

« Acteurs Locaux en Mouvement » remet donc la découverte au cœur de l'information.

2. TVLocale : le média de ceux qui font le territoire

TVLocale n'est pas construit autour de journalistes vedettes.

Il est construit autour des acteurs médias existants du territoire. Si ce n'est pas possible, par absence de média local, l'information passe par le média TVLocale intégré au mouvement alimenté par l'intervention de nos Jeunes Reporters qui tout en réalisant des reportages sur « Acteurs Locaux en Mouvement » découvrent des métiers et le patrimoine local, et par les actualités des abonnés Premium.

Chaque jour, les lecteurs découvrent des entreprises, des producteurs, des artisans, des associations, des collectivités, des établissements scolaires, des initiatives citoyennes.

Le média raconte la vie réelle du territoire. Il devient ainsi un patrimoine commun plutôt qu'un simple flux d'actualité.

3. Le membre Premium devient éditeur

C'est ici que réside l'une des innovations majeures de « Acteurs Locaux en Mouvement » Chaque adhérent Premium reçoit un véritable espace média comprenant :

- Un blog personnel ;
- Une chaîne TV ;
- Un espace d'actualités ;
- Ses événements ;
- Ses publications vidéo ;
- Ses dossiers thématiques.

Autrement dit, chaque membre premium devient son propre journaliste.

Cette autonomie est fondamentale. Elle permet à un artisan, une association ou un producteur de raconter directement son activité sans dépendre d'un intermédiaire.

Le média territorial cesse d'être une rédaction verticale. Il devient une rédaction collaborative.

4. La mutualisation des communautés territoriales

Chaque membre Premium possède naturellement sa propre communauté.

Dans un modèle classique, cette communauté reste enfermée autour de son auteur.

« Acteurs Locaux en Mouvement » introduit un principe inédit : la Mutualisation des Communautés Territoriales.

Concrètement, chaque publication apparaît :

- Sur le blog de son auteur ;
- Sur sa chaîne TV ;
- Sur le média territorial ;
- Dans les rubriques thématiques ;
- Puis peut être relayée par l'ensemble des autres acteurs.

Cette organisation produit un effet remarquable. Un lecteur venu consulter une actualité économique découvrira également une exposition artistique, une famille venue chercher une manifestation culturelle découvrira peut-être un producteur local, un restaurateur rencontrera un artisan qu'il ne connaissait pas. Chacun pourra partager le contenu trouvé sur ses réseaux sociaux.

La curiosité devient un moteur économique.

5. Une seule page de lecture pour tout un territoire

L'un des objectifs de « Acteurs Locaux en Mouvement » est de recréer ce que possédaient autrefois les journaux locaux : une lecture commune.

Sur une même page, le citoyen découvre la diversité complète de son territoire et à la possibilité en 1 clic d'aller voir les pages médias des territoires supérieurs et même d'autres continents. Le citoyen va pouvoir mettre l'accès du média de son territoire sur son smartphone et ensuite naviguer vers d'autres territoires en 1 clic.

Il ne choisit plus uniquement une thématique. Il découvre un écosystème. Cette différence est capitale.

Les communautés cessent d'être juxtaposées. Elles commencent à dialoguer.

C'est précisément cette rencontre qui génère les futures coopérations économiques et sociales.

6. Les réseaux sociaux deviennent des partenaires

Il est essentiel d'affirmer clairement notre position.

« Acteurs Locaux en Mouvement » n'est pas un concurrent des BigTech. Facebook, LinkedIn, Instagram, X ou WhatsApp possèdent une capacité de diffusion exceptionnelle.

Notre modèle est complémentaire.

Le parcours devient le suivant :

1. Le membre Premium publie son contenu.
2. Celui-ci apparaît sur le média territorial.
3. Les lecteurs le découvrent.
4. Ils le partagent ensuite sur leurs réseaux sociaux habituels.

Les BigTech deviennent donc des canaux de diffusion. Le média territorial reste la source originale de l'information.

Cette distinction protège la souveraineté informationnelle du territoire.

7. L'audimat territorial partagé

Les chiffres d'audience de « Acteurs Locaux en Mouvement » ne correspondent pas au trafic d'un site isolé.

Ils représentent l'addition des audiences créées par l'ensemble des éditeurs territoriaux.

Chaque membre Premium développe sa propre visibilité grâce à son blog et à sa chaîne TV.

Lorsqu'il publie, il bénéficie simultanément :

- De son audience personnelle ;
- De l'audience du média territorial ;
- Des partages réalisés par les autres communautés ;
- Du maillage entre les territoires partenaires.

Nous appelons ce modèle l'Audimat Territorial Partagé.

La visibilité cesse d'être une compétition.

Elle devient une coopération.

Plus il y a de membres Premium à publier des contenus de qualité, plus l'ensemble du territoire gagne en visibilité.

C'est un modèle où la réussite de chacun profite à tous.

8. Les ateliers d'éducation aux médias

Informé ne suffit pas. Il faut également apprendre à comprendre l'information.

« Acteurs Locaux en Mouvement » organise dans chaque territoire des ateliers destinés aux élèves, familles, seniors, associations, entreprises et collectivités.

Ces ateliers abordent notamment les dangers d'Internet avec ses fakes news, bulles de filtre, mais également la protection des données, la réputation numérique ainsi que le développement à l'esprit critique et l'usage responsable de l'IA ;

Cette mission éducative distingue profondément TVLocale des médias traditionnels.

Nous ne voulons pas seulement produire de l'information. Nous voulons former des citoyens capables de la décrypter.

Conclusion du chapitre

Un média peut divertir ET informer.

TVLocale choisit une troisième mission : reconstruire le lien social par la curiosité.

En permettant à chaque membre Premium de devenir éditeur et en réunissant les communautés sur une même page de lecture, tout en utilisant les réseaux sociaux comme relais plutôt que comme destination, « Acteurs Locaux en Mouvement » redonne au territoire ce que les algorithmes avaient progressivement affaibli : la découverte des autres.

Le chapitre suivant montrera comment cette visibilité devient ensuite la possibilité pour les habitants d'un territoire de s'informer et surtout la possibilité pour eux de participer à l'entretien de la Souveraineté économique, alimentaire et culturelle de leur territoire.

Chapitre VI — Les Habitants : retrouver les acteurs de son propre territoire

« Un territoire ne devient vivant que lorsque ses habitants ont envie de découvrir ceux qui le font vivre. »

Avant-propos

La transformation numérique a multiplié les possibilités de publier, de vendre et de communiquer. Pourtant, publier n'est pas synonyme de gagner en visibilité et donc être trouvé par les cibles. Un acteur local peut disposer d'un site, de pages sur les réseaux sociaux ou d'une fiche dans un annuaire sans jamais être découvert par les habitants qui vivent à quelques rues de chez lui.

« Acteurs Locaux en Mouvement » part d'une question simple : comment permettre à chacun de découvrir ou retrouver les entreprises, les producteurs, les artisans, les associations, les services publics et les savoir-faire présents sur son propre territoire ?

La réponse ne consiste pas à demander aux habitants de connaître d'abord le nom d'un acteur. Elle consiste à organiser la découverte autour du territoire partagé.

Une part importante des habitants utilise peu les réseaux sociaux, voire n'y est pas présente. D'autres refusent d'y inscrire leur vie quotidienne ou ne souhaitent pas dépendre d'algorithmes pour savoir ce qui se passe près de chez eux. Le média territorial doit donc rester accessible à tous, avec ou sans compte sur une plateforme sociale.

1. Être publié n'est pas être trouvé

Dans les réseaux sociaux, la visibilité dépend largement des abonnements, des relations et des mécanismes de recommandation et surtout de l'investissement financier accordé à cette visibilité. Dans les moteurs de recherche, elle dépend souvent du classement des résultats, des annonces sponsorisées et de la capacité économique à optimiser sa présence numérique.

Ces outils sont utiles, mais ils ne répondent pas entièrement à la question de la découverte territoriale. Un habitant peut chercher un restaurant, un plombier, un producteur ou une association sans connaître le nom exact du professionnel. Il a besoin d'un point d'entrée qui lui permette d'explorer son territoire.

« Acteurs Locaux en Mouvement » inverse donc la logique : le point de départ n'est plus nécessairement le nom d'un acteur, mais le territoire, ses rubriques, ses actualités, ses métiers, ses événements et ses communautés. La curiosité devient une porte d'entrée vers la vie locale.

2. Une lecture commune pour les habitants

Le média territorial rassemble sur une même page les informations produites par les membres Premium et les initiatives qui font vivre le territoire. L'habitant peut y découvrir une entreprise, puis un producteur, un événement, une association ou une collectivité, sans avoir à multiplier les recherches.

Cette organisation ne signifie pas que tous les contenus sont imposés à chacun. Elle signifie que chacun dispose d'un espace commun de découverte, ouvert et structuré, où les communautés cessent d'être enfermées dans leurs propres abonnements.

Les réseaux sociaux restent des relais utiles. Ils permettent de partager des contenus en espérant informer sa communauté créée sur ces derniers. Mais la source de l'information locale demeure le média territorial, accessible directement aux habitants.

3. De la découverte à l'action

L'écosystème de « Acteurs Locaux en Mouvement » relie quatre fonctions complémentaires :

- Annuaire Territorial : qui existe sur le territoire ?
- Média territorial : Quelle information aujourd'hui ?
- Marché BtoB et BtoC : comment et où acheter, échanger ou coopérer ?
- Outil de consultation territoriale : comment recueillir l'avis des habitants ?

Le parcours devient ainsi :

Découvrir → Connaître → Rencontrer → Acheter local → Partager.

La visibilité n'est plus une fin en soi ; elle devient le commencement d'une relation économique, sociale ou citoyenne.

L'habitant devient également un acteur de la transmission. Ce Consom'Acteur peut partager une initiative, recommander un professionnel, participer à un événement ou faire connaître une réussite locale. La curiosité individuelle contribue alors à la prospérité collective.

4. Une information accessible à tous

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne demande pas aux habitants d'abandonner leurs usages numériques. Il leur propose un complément : un espace territorial qui ne dépend ni de leurs abonnements personnels ni d'un profilage publicitaire.

Cette accessibilité est essentielle pour les personnes éloignées des réseaux sociaux, pour les familles, les seniors, les jeunes qui souhaitent comprendre leur environnement et pour tous ceux qui veulent retrouver une information de proximité sans être enfermés dans une bulle de filtre.

Le territoire redevient ainsi un objet de curiosité partagé. Les habitants ne sont plus seulement des consommateurs d'informations ; ils deviennent les découvreurs, les relais et parfois les contributeurs de leur propre écosystème.

Conclusion du chapitre

Un territoire prospère est un territoire que ses habitants connaissent. En donnant à chacun un accès simple à la diversité des acteurs locaux, « Acteurs Locaux en Mouvement » recrée les conditions de la rencontre. L'annuaire rend visible, le média raconte, le marché relie et l'outil de consultation écoute. La découverte des autres devient ainsi une infrastructure de la vie territoriale.

Le chapitre suivant montrera comment cette visibilité devient ensuite une force économique grâce au Marché des Acteurs Locaux, premier maillage territorial de marketplaces BtoB et BtoC au service de la souveraineté économique.

IETEA - Les Acteurs Locaux

Chapitre VII - Le Marché des Acteurs Locaux : relocaliser le e-commerce

« Le commerce de demain ne doit pas opposer le numérique à la proximité. Il doit permettre au numérique de servir la proximité. »

Avant-propos

Le commerce électronique est devenu incontournable. En quelques années, les habitudes d'achat ont profondément changé. Des millions de consommateurs commandent quotidiennement des produits et des services depuis leur téléphone ou leur ordinateur.

Cette évolution n'est pas un problème en soi.

Le véritable problème apparaît lorsque la création de valeur quitte systématiquement le territoire.

Un habitant recherche un produit fabriqué à quelques kilomètres de chez lui, mais les premiers résultats le dirigent vers une plateforme délocalisée et le plus souvent internationale. Le producteur local existe pourtant. L'artisan est compétent. Le commerçant possède le produit en stock. Mais ils sont devenus invisibles.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne cherche pas à combattre le e-commerce. Au contraire, nous considérons qu'il représente une formidable opportunité... à condition qu'il soit territorialisé.

C'est pour cette raison qu'ont été créées les Places de Marché des Acteurs Locaux, constituées de deux marketplaces complémentaires : BtoC et BtoB.

1. Pourquoi créer nos propres marketplaces ?

Les marketplaces mondiales répondent principalement à une logique de volume.

Elles mettent en concurrence des vendeurs provenant du monde entier. Le prix n'est pas le premier critère de choix, c'est la simplicité et surtout la rapidité de livraison.

« Acteurs Locaux en Mouvement » avec un maillage de marketplaces territoriales permet de faire ses recherches et achats au plus près et donc de participer à l'Économie Circulaire indispensable pour maintenir les commerces et producteurs et donc les emplois.

Avant d'aller chercher à l'autre bout du monde, nous proposons de découvrir ce qui existe déjà sur son territoire.

Cette philosophie ne ferme aucune porte. Elle ouvre simplement la première à son voisin.

2. La Place de Marché BtoC : consommer là où l'on vit

Le marché BtoC est destiné aux habitants.

Il permet de retrouver en quelques clics :

- Les commerces de proximité ;
- Les producteurs locaux ;
- Les artisans ;
- Les restaurateurs ;
- Les créateurs ;
- Les services du territoire.

L'objectif n'est pas seulement de vendre. Il est de maintenir l'activité économique locale.

Chaque achat réalisé auprès d'un acteur du territoire participe à :

- Préserver un emploi ;
- Soutenir une entreprise ;
- Financer indirectement les associations partenaires ;
- Renforcer les recettes locales ;
- Maintenir la vitalité des centres-villes.

Le consommateur devient ainsi un véritable acteur du développement territorial.

3. La Place de Marché BtoB : l'économie de la coopération

La seconde marketplace est probablement encore plus stratégique. Le BtoB permet aux entreprises de travailler davantage entre elles.

Une collectivité peut identifier un fournisseur local. Un hôtel peut rencontrer un producteur.

Une entreprise industrielle peut découvrir un sous-traitant situé dans son département. Un artisan peut trouver un partenaire complémentaire.

Autrement dit, le BtoB développe l'économie de proximité entre professionnels.

Cette coopération constitue l'un des moteurs majeurs de l'Intelligence Économique Territoriale En Action de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

4. L'annuaire devient le moteur du marché

En cherchant dans l'annuaire local « Acteurs Locaux en Mouvement » un nom d'acteur ou un mot clé de produit, notre moteur va automatiquement vous indiquer les fournisseurs adhérents au plus près du lieu de vie que vous aurez indiqué.

Tout commence par l'Annuaire Territorial des adhérents Premium.

L'acteur est d'abord reconnu comme membre de la communauté. Il devient ensuite visible dans le média. Puis ses produits ou services alimentent naturellement les marketplaces locales mais tout en étant visibles jusqu'au national.

L'information précède donc le commerce.

Cette logique favorise une relation beaucoup plus durable entre les citoyens et les entreprises.

5. La Souveraineté Économique par la Visibilité

On parle souvent de souveraineté économique en évoquant la production.

Nous ajoutons une dimension supplémentaire. La visibilité est une souveraineté.

Une entreprise invisible ne peut pas être choisie, un artisan que personne ne découvre ne peut pas développer son activité, un producteur absent des recherches locales devient dépendant d'intermédiaires.

Les Place de Marché de « Acteurs Locaux en Mouvement » redonnent cette visibilité en s'appuyant sur le média territorial plutôt que sur des campagnes publicitaires permanentes coûteuses.

Nous le répétons, le contenu crée la confiance, la confiance favorise l'achat et l'achat renforce le territoire.

IMPORTANT l'absence totale de cookies de traçage sur l'ensemble des pages produits proposés empêche les BigTech de savoir ce que les consommateurs regardent et ils ne pourront pas afficher de publicités ciblées sur les écrans de nos consommateurs locaux.

6. Une Économie Circulaire Territoriale En Action

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose un cercle vertueux.

1. Le membre Premium publie un article.
2. Le média territorial valorise son activité.
3. Les citoyens découvrent son savoir-faire.
4. Le Marché facilite la transaction.
5. Les réseaux sociaux diffusent ensuite cette réussite.

Chaque étape nourrit la suivante. L'économie locale cesse d'être fragmentée. Elle devient circulaire.

La communication alimente le commerce, le commerce finance l'activité, l'activité crée de nouvelles informations et le média raconte cette réussite.

7. France, Afrique : un modèle transposable

Les Places de Marché de « Acteurs Locaux en Mouvement » n'a pas été conçu uniquement pour la France.

Il répond à une réalité commune à de nombreux pays.

En Afrique comme en Europe, les territoires possèdent également des producteurs, des artisans et commerçants, des PME, des coopératives et également des savoir-faire méconnus.

Le maillage international permettra demain à un territoire sénégalais de présenter ses productions à un territoire français, ou à une entreprise occitane de coopérer avec un partenaire ivoirien.

Il ne s'agit pas d'importer un modèle. Il s'agit de relier des économies territoriales qui souhaitent coopérer équitablement.

8. Acheter local devient un acte citoyen

Pendant longtemps, le consommateur était considéré comme un simple acheteur.

« Acteurs Locaux en Mouvement » lui redonne un rôle plus important.

Chaque achat local devient un choix de société l'acheteur devient un Consom'Acteur.

Il contribue à :

- Préserver les commerces de proximité ;
- Maintenir des emplois ;
- Soutenir les producteurs ;
- Renforcer les recettes des territoires ;
- Financer indirectement la vie associative et culturelle.

L'économie retrouve ainsi sa dimension humaine. Consommer local n'est plus un slogan, c'est une participation concrète à la prospérité collective.

Conclusion du chapitre

Les Places de Marché de « Acteurs Locaux en Mouvement » démontrent que le numérique n'est pas condamné à favoriser la délocalisation.

Lorsqu'il est construit autour de l'Intelligence Économique Territoriale, il devient au contraire un formidable outil de relocalisation économique.

- L'information fait découvrir.
- Le média crée la confiance.
- Le marché facilite l'échange.

Et chaque transaction renforce la souveraineté économique du territoire.

Le chapitre suivant abordera naturellement le partenaire institutionnel indispensable de cette dynamique : la Collectivité Territoriale, et la manière dont elle retrouve sa souveraineté informationnelle tout en dialoguant avec ses citoyens.

IETEA - Les Acteurs Locaux

Chapitre VIII - Les Collectivités Partenaires : retrouver la souveraineté informationnelle

« Une collectivité ne communique pas pour accumuler des abonnés. Elle communique pour renforcer le lien entre ses habitants et leur territoire. »

Avant-propos

Depuis une quinzaine d'années, les collectivités ont profondément modernisé leur communication. Sites Internet, applications mobiles, newsletters et réseaux sociaux sont devenus des outils indispensables pour informer les citoyens.

Cette évolution est positive.

Pourtant, une dépendance silencieuse s'est progressivement installée.

Aujourd'hui, une grande partie de la communication publique transite par des plateformes dont les collectivités ne maîtrisent ni les algorithmes, ni les règles de diffusion, ni la visibilité réelle de leurs publications.

Autrement dit, l'information publique dépend souvent d'acteurs privés mondiaux.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne propose pas d'abandonner ces outils. Il propose de redonner aux collectivités une source d'information souveraine, puis d'utiliser les réseaux sociaux comme des relais de diffusion.

Cette nuance est fondamentale.

1. Une erreur de bonne foi

Les équipes de communication des collectivités sont composées de professionnels compétents. Elles utilisent naturellement les outils les plus populaires pour toucher leur population.

Le problème ne vient donc pas des communicants. Il vient du modèle lui-même.

Les réseaux sociaux sont conçus pour optimiser l'engagement individuel, pas pour garantir qu'une information municipale atteigne réellement l'ensemble des habitants.

Un citoyen absent de ces plateformes devient donc difficile à atteindre tout comme un citoyen non abonné au compte de la collectivité communicante sur ces réseaux sociaux

À l'inverse, certains habitants voient plusieurs fois la même publication tandis que d'autres ne la voient jamais.

« Acteurs Locaux en Mouvement » apporte une réponse de bon sens : la collectivité publie d'abord chez elle, puis diffuse partout ailleurs.

2. Le média territorial : une source officielle de proximité

Chaque territoire partenaire dispose de son média **TVLocale**.

Ce média n'est pas celui de la majorité municipale. Il est celui du territoire.

Il accueille naturellement :

- Les informations institutionnelles ;
- Les informations des médias locaux volontaires ;
- Les initiatives économiques ;
- Les événements culturels ;
- Les actions associatives ;
- Les projets éducatifs ;
- Les réussites citoyennes.

Cette diversité lui donne une crédibilité que peu de supports exclusivement institutionnels peuvent atteindre. Les habitants ne viennent plus seulement consulter une décision municipale. Ils viennent découvrir la vie de leur territoire.

3. Complémentaires des BigTech

Il est essentiel de rappeler notre philosophie : « Acteurs Locaux en Mouvement » n'est pas le concurrent des réseaux sociaux.

Nous considérons ces plateformes comme des amplificateurs.

Le parcours devient alors très simple :



La différence est considérable. Le média territorial reste la référence. Les réseaux sociaux deviennent les vecteurs.

Cette inversion redonne à la collectivité la maîtrise de son patrimoine informationnel.

4. Toucher aussi ceux qui ne fréquentent pas les réseaux sociaux

C'est probablement l'un des arguments les plus importants pour les élus.

Des milliers de citoyens utilisent très peu les réseaux sociaux, voire pas du tout.

Parmi eux :

- De nombreux seniors ;
- Des familles souhaitant limiter leur exposition numérique ;
- Des professionnels qui privilégient l'information locale ;
- Des habitants qui refusent les plateformes traditionnelles.

Ces citoyens existent.

Pourtant, ils deviennent souvent invisibles dans les stratégies de communication.

« Acteurs Locaux en Mouvement » permet précisément de les retrouver.

Le média territorial devient un espace ouvert à tous, sans dépendre des habitudes imposées par les algorithmes.

Il complète les réseaux sociaux en touchant une partie de la population qui leur échappe.

5. La consultation citoyenne territoriale

Une démocratie moderne ne consiste pas uniquement à informer.

Elle consiste également à écouter.

« Acteurs Locaux en Mouvement » intègre un outil de consultation citoyenne territoriale permettant aux collectivités de recueillir l'avis de leurs habitants sur des projets, des idées ou des expérimentations.

Il est indispensable de rappeler un principe fondateur.

La consultation n'engage jamais juridiquement la collectivité.

Elle constitue un instrument d'aide à la décision.

Elle permet notamment :

- D'évaluer l'acceptabilité d'un projet ;
- De mesurer les priorités citoyennes ;
- De faire émerger des propositions nouvelles ;
- D'améliorer le dialogue entre élus et habitants.

La décision demeure entièrement de la responsabilité des élus.

L'outil renforce la qualité démocratique sans remettre en cause la démocratie représentative.

6. Les élus deviennent des animateurs d'écosystème

Le rôle des collectivités évolue.

Hier, il consistait principalement à gérer des équipements et des compétences.

Demain, il consistera également à favoriser les coopérations entre les acteurs du territoire.

« Acteurs Locaux en Mouvement » offre aux élus une vision globale de leur écosystème grâce :

- À l'Annuaire Territorial ;
- Aux médias TVLocale ;
- Aux adhérents Premium ;
- Aux marchés BtoB et BtoC ;
- Aux consultations citoyennes.

L'élue ne devient pas gestionnaire d'une plateforme. Il devient facilitateur d'une intelligence collective.

7. Une nouvelle mesure de la vitalité territoriale

Les collectivités évaluent traditionnellement leurs politiques grâce à des indicateurs financiers ou démographiques.

L'Intelligence Économique Territoriale En Action de « Acteurs Locaux en Mouvement » propose d'observer également la qualité des relations.

Quelques indicateurs deviennent particulièrement révélateurs :

Indicateur	Ce qu'il mesure
Adhérents Premium	L'engagement économique local
Publications mensuelles	La vitalité du territoire
Coopérations BtoB	Les échanges entre entreprises
Producteurs référencés	La résilience alimentaire
Associations actives	La richesse du lien social
Jeunes contributeurs	Le renouvellement territorial

Ces indicateurs racontent une réalité souvent absente des tableaux statistiques classiques : la capacité d'un territoire à créer des rencontres.

8. Une alliance entre citoyens, entreprises et collectivités

« Acteurs Locaux en Mouvement » refuse l'opposition entre secteur public et secteur privé.

Le territoire progresse lorsque chacun joue son rôle.

- Les collectivités créent le cadre.
- Les entreprises créent l'activité.
- Les producteurs nourrissent le territoire.
- Les associations développent le lien social.
- Les citoyens deviennent des ambassadeurs de proximité.
- Les médias rendent visible cette intelligence collective.

Cette alliance constitue la véritable gouvernance territoriale. Elle ne repose pas sur une hiérarchie. Elle repose sur la coopération.

Conclusion du chapitre

Les collectivités n'ont pas besoin d'un réseau social supplémentaire.

Elles ont besoin d'un outil de souveraineté informationnelle capable de valoriser l'ensemble des acteurs de leur territoire, de dialoguer avec leurs habitants et de renforcer l'économie locale.

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose précisément cette évolution : replacer le territoire au cœur de la communication publique, tout en utilisant les grandes plateformes numériques comme des partenaires de diffusion et non comme les propriétaires de la relation avec les citoyens.

Le chapitre IX abordera naturellement la question décisive : comment financer durablement cette intelligence territoriale sans dépendre des modèles publicitaires traditionnels ?

Chapitre IX - Le modèle économique de la prospérité territoriale

« Une économie devient durable lorsqu'elle récompense la coopération autant que la performance. »

Avant-propos

Toute vision, aussi ambitieuse soit-elle, doit reposer sur un modèle économique solide.

Depuis plus de dix ans, de nombreuses plateformes numériques ont adopté le même principe : attirer une audience massive, collecter des données personnelles, vendre de la publicité ciblée et dépendre des algorithmes pour générer toujours plus d'engagement.

« Acteurs Locaux en Mouvement » fait un choix radicalement différent.

Notre richesse n'est pas la donnée personnelle.

Notre richesse est la qualité des relations entre les acteurs d'un territoire.

Le modèle économique de « Acteurs Locaux en Mouvement » n'a donc pas pour objectif de monétiser l'attention des citoyens. Il vise à financer durablement les médias territoriaux, les Ambassadeurs, les outils numériques et les actions d'Intelligence Économique Territoriale.

Autrement dit, l'économie est au service du territoire, jamais l'inverse.

1. Une économie de la valeur partagée

Dans un territoire, chacun crée une partie de la richesse collective.

- L'entreprise produit.
- Le commerçant revend.
- L'agriculteur nourrit.
- L'association crée du lien.
- La collectivité organise.
- Le média valorise.

« Acteurs Locaux en Mouvement » relie ces contributions afin qu'elles se renforcent mutuellement.

Nous parlons de valeur partagée parce que la réussite d'un acteur profite directement aux autres.

Lorsqu'un Membre Premium publie un article, il augmente non seulement sa propre visibilité, mais également l'attractivité du média territorial tout entier.

Lorsqu'une collectivité rejoint l'écosystème, elle renforce sa visibilité et celles des entreprises et associations locales. Elle peut aussi accompagner en mettant

à disposition des infrastructures permettant de créer un Tiers Lieu de qualité avec surtout une Conciergerie pour faciliter le e-commerce local.

Lorsqu'un citoyen partage une publication, il devient lui-même ambassadeur de l'économie de proximité.

2. L'adhésion Premium : investir dans son territoire

L'adhésion Premium ne constitue pas un abonnement publicitaire. Elle représente une participation volontaire à l'Alliance des Acteurs Locaux.

En devenant Membre Premium, un Acteur bénéficie notamment :



Mais surtout, il contribue au financement d'un bien commun : l'intelligence économique de son territoire. Cette différence est essentielle. On n'achète pas de la visibilité. On investit dans un écosystème collectif.

3. Une ressource durable pour les médias territoriaux

Les médias locaux connaissent souvent une difficulté majeure : leur dépendance aux recettes publicitaires.

Cette dépendance fragilise leur indépendance éditoriale.

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose un modèle plus équilibré.

Les ressources proviennent principalement :

Origine	Finalité
Adhésions Premium	Développer le média
Services aux entreprises	Accompagner les acteurs
Collectivités partenaires	Renforcer l'information territoriale
Formations & Académie	Diffuser les compétences
Coopérations internationales	Développer le maillage mondial

La diversité des ressources protège l'indépendance du projet.

4. Une économie qui finance le lien social

Chaque adhésion produit des effets bien au-delà de l'entreprise concernée.

Elle permet notamment de financer :

- Les reportages locaux ;
- Les ateliers d'éducation aux médias ;
- Les formations des Ambassadeurs ;
- Les outils de consultation citoyenne ;
- L'évolution technologique de Smartrezo ;
- Le développement des territoires partenaires.

Autrement dit, la communication d'une entreprise contribue indirectement au développement de son territoire.

Cette logique transforme la dépense de communication en investissement territorial.

5. Le cercle vertueux de la prospérité

L'Intelligence Économique Territoriale repose sur une mécanique simple.



Chaque étape nourrit la suivante. Le territoire devient progressivement plus autonome.

Ce cercle vertueux constitue la véritable richesse des Acteurs Locaux.

6. L'économie avant la publicité

Pendant longtemps, la visibilité dépendait principalement de la publicité.

Nous proposons une autre philosophie.

La confiance naît du contenu. Le contenu crée la découverte. La découverte favorise la rencontre. La rencontre génère naturellement l'activité économique.

Ainsi, la publicité cesse d'être le moteur principal de la visibilité. Elle est remplacée par la qualité de la participation des acteurs locaux.

Cette évolution est beaucoup plus durable.

7. France et Afrique : une économie réciproque

L'Alliance Internationale ne repose pas sur une logique d'assistance.

Elle repose sur une logique de réciprocité.

Chaque territoire apporte quelque chose aux autres :

- Un savoir-faire ;
- Une innovation ;
- Une filière agricole ;
- Une expérience associative ;
- Une solution numérique ;
- Une réussite entrepreneuriale.

L'économie devient un échange de compétences plutôt qu'une relation de dépendance.

C'est précisément cette philosophie qui permettra à de nombreux jeunes de construire leur avenir dans leur propre pays.

8. La prospérité se mesure autrement

Le succès des Acteurs Locaux ne sera jamais évalué uniquement par le chiffre d'affaires.

Nous mesurerons également :

- Le nombre d'Ambassadeurs actifs ;
- Les coopérations créées ;
- Les commerces valorisés ;
- Les producteurs référencés ;
- Les associations soutenues ;
- Les jeunes formés ;
- Les territoires partenaires.

Ces indicateurs racontent une prospérité beaucoup plus complète que les seules performances financières.

Ils mesurent la capacité d'un territoire à rester vivant.

Conclusion du chapitre

Le modèle économique de « Acteurs Locaux en Mouvement » démontre qu'il est possible de financer un média, une plateforme numérique, des marketplaces et une action citoyenne sans faire de la donnée personnelle le cœur du modèle.

La véritable richesse réside dans la coopération.

Lorsque les acteurs d'un territoire choisissent d'investir ensemble dans leur visibilité, ils construisent bien davantage qu'une économie locale : ils bâtissent une souveraineté territoriale durable.

Le chapitre X ouvrira désormais la dimension internationale de cette ambition : l'Alliance Internationale des Territoires.

Chapitre X - L'Alliance Internationale des Territoires

« L'avenir n'appartient pas aux territoires qui s'isolent, mais à ceux qui coopèrent tout en préservant leur identité. »

Avant-propos

« Acteurs Locaux en Mouvement » est souvent présenté comme un mouvement de proximité. C'est vrai.

Mais ce serait une erreur de croire que le local s'oppose à l'international.

Depuis son origine, notre ambition est exactement l'inverse : faire du territoire la cellule de base d'une coopération mondiale.

Les grandes plateformes numériques ont construit un réseau mondial d'individus

« Acteurs Locaux en Mouvement » souhaite construire un réseau mondial de territoires.

Cette nuance est fondamentale.

Nous ne relions pas des utilisateurs. Nous relions des écosystèmes économiques, culturels, agricoles, associatifs et institutionnels.

Chaque territoire conserve son identité, sa langue, sa culture et ses priorités. L'Alliance ne les uniformise pas : elle les met en relation.

1. Pourquoi une alliance internationale ?

La plupart des coopérations internationales s'organisent entre États ou entre grandes institutions.

Pourtant, les véritables innovations naissent souvent dans les territoires. une commune invente une politique alimentaire, une région développe une filière artisanale, une ville crée une méthode d'éducation aux médias, une coopérative agricole transforme une économie locale mais ces réussites restent trop souvent inconnues ailleurs.

L'Alliance Internationale des Territoires a pour mission de les rendre visibles et de favoriser leur reproduction dans d'autres territoires qui le souhaitent.

Nous parlons ici d'une coopération de pair à pair.

2. Le territoire devient une ambassade

Dans notre vision, chaque territoire partenaire devient une véritable ambassade de ses savoir-faire.

Il ne représente pas un gouvernement. Il représente une communauté vivante.

Il fait découvrir

- Ses entreprises ;
- Ses producteurs ;
- Ses innovations ;
- Ses traditions ;
- Ses événements ;
- Son patrimoine culturel ;
- Son intelligence économique.

Ainsi, lorsqu'un territoire rejoint l'Alliance, il ouvre une porte vers les autres sans renoncer à sa propre identité.

C'est cette philosophie qui donne tout son sens au titre d'Ambassadeur Territorial.

3. La coopération entre l'Europe et l'Afrique

L'Afrique occupe une place particulière dans le développement des « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Non parce qu'elle aurait besoin d'un modèle venu d'ailleurs mais parce qu'elle possède une extraordinaire richesse de territoires, de savoir-faire, d'entrepreneurs et de jeunesse.

Notre approche refuse toute logique d'assistance, nous croyons à une coopération équilibrée où chaque territoire apporte autant qu'il reçoit.

Une région française peut partager son expérience des circuits courts, une collectivité sénégalaise peut inspirer une politique de coopération citoyenne.

Un artisan ivoirien peut transmettre un savoir-faire traditionnel, un entrepreneur marocain peut développer des partenariats économiques avec une région européenne.

L'Alliance repose sur le respect mutuel.

4. Une économie des savoir-faire

Les échanges internationaux ne concernent pas uniquement les marchandises. Ils concernent également les compétences.

Grâce au maillage des territoires, les acteurs pourront développer :

- Des partenariats BtoB ;
- Des échanges universitaires ;
- Des coopérations agricoles ;
- Des projets culturels ;
- Des formations professionnelles ;
- Des événements économiques communs.

Le territoire devient alors une plateforme d'opportunités plutôt qu'un simple marché.

Cette vision correspond pleinement à l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

5. Préserver les identités locales

L'une des inquiétudes de la mondialisation est souvent la disparition des cultures locales.

« Acteurs Locaux en Mouvement » adopte la démarche inverse.

Chaque territoire est encouragé à mettre en valeur :

- Sa langue ;
- Son patrimoine ;
- Sa gastronomie ;
- Ses fêtes populaires ;
- Ses paysages ;
- Ses artistes ;
- Ses traditions.

La coopération internationale devient ainsi un formidable outil de préservation culturelle.

Plus un territoire affirme son identité, plus il devient intéressant pour les autres. L'uniformisation laisse place à la diversité.

6. Une intelligence économique sans frontières

L'IETEA ne connaît pas de frontière géographique.

Les problématiques d'une commune française ressemblent souvent à celles d'une ville africaine :

- Maintenir les commerces ;
- Soutenir les producteurs ;
- Créer des emplois ;
- Valoriser les jeunes ;
- Développer les associations ;
- Renforcer la communication locale.

Les solutions peuvent donc circuler librement. L'Alliance devient un immense laboratoire d'expériences territoriales. Chaque réussite locale peut inspirer une réussite ailleurs.

7. Les premiers Ambassadeurs fondateurs

Les premiers Ambassadeurs auront une responsabilité historique.

Ils ne développeront pas simplement un réseau. Ils poseront les fondations d'une communauté internationale de territoires coopératifs.

Leur mission sera notamment de :

- Constituer la communauté des adhérents Premium ;
- Créer le média territorial ;
- Développer l'annuaire ;
- Accompagner les collectivités ;
- Former les futurs Ambassadeurs ;
- Relier leur territoire aux autres pays partenaires.

Ils deviendront les premiers bâtisseurs de l'Alliance.

8. Une diplomatie des territoires

Le mot diplomatie est généralement réservé aux États.

Nous proposons une idée nouvelle : La diplomatie territoriale.

Elle repose sur des échanges directs entre collectivités, entreprises, universités, associations et citoyens. Cette diplomatie n'est ni politique ni idéologique. Elle est économique, culturelle, éducative et humaine.

Elle construit la paix par la coopération quotidienne.

« Acteurs Locaux en Mouvement » devient ainsi un langage commun entre des territoires qui souhaitent progresser ensemble.

Conclusion du chapitre

L'Alliance Internationale des Territoires n'est pas un réseau mondial de plus, elle est une communauté de territoires qui choisissent de partager leurs richesses plutôt que de les opposer.

Chaque Ambassadeur représente son territoire, chaque territoire devient une ambassade de ses savoir-faire et chaque coopération renforce la souveraineté économique, alimentaire et culturelle des peuples qui la composent.

Le chapitre XI présentera l'outil indispensable à cette ambition : l'Académie des Acteurs Locaux, chargée de former les Ambassadeurs et de transmettre la méthode de l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

Chapitre XI - L'Académie des Acteurs Locaux : transmettre l'Intelligence Économique Territoriale

« Une méthode ne devient durable que lorsqu'elle peut être transmise. »

Avant-propos

« Acteurs Locaux en Mouvement » n'est pas un logiciel, ce n'est pas davantage une franchise, c'est une méthode.

Or une méthode n'a de valeur que si elle peut être comprise, enseignée, reproduite et adaptée à des territoires très différents.

C'est pourquoi le déploiement international ne peut pas reposer uniquement sur des outils numériques. Il doit s'appuyer sur une véritable Académie de « Acteurs Locaux en Mouvement », chargée de former les Ambassadeurs, les collectivités, les entreprises et tous ceux qui souhaitent devenir des acteurs de l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

Notre ambition est simple : permettre à chaque territoire de devenir autonome dans l'animation de son propre écosystème.

1. Pourquoi créer une Académie ?

L'histoire montre que les grandes transformations ne se diffusent jamais uniquement par la technologie.

- Elles se diffusent par la transmission.
- Un agriculteur transmet son savoir-faire.
- Un artisan transmet son métier.
- Un professeur transmet des connaissances.
- Un Ambassadeur doit transmettre une vision.
- L'Académie devient donc la mémoire vivante des Acteurs Locaux.

Elle garantit que le projet conservera partout les mêmes valeurs fondamentales tout en respectant les cultures de chaque territoire.

2. Former des bâtisseurs plutôt que des utilisateurs

Notre objectif n'est pas de former des personnes à utiliser une plateforme.

Nous voulons former des bâtisseurs de territoires. La différence est considérable.

Un utilisateur apprend à manipuler un outil.

Un Ambassadeur apprend à :

- Créer des relations ;
- Fédérer une communauté ;
- Accompagner des collectivités ;
- Développer des coopérations économiques ;
- Valoriser les savoir-faire locaux ;
- Transmettre l'esprit de l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

L'humain reste toujours au centre.

3. Les cinq écoles de l'Académie

L'Académie s'organise autour de cinq grands parcours.

École	Mission
École des Ambassadeurs	Déployer un territoire
École des Médias	Produire une information responsable
École des Entreprises	Développer la visibilité et le BtoB
École des Collectivités	Mettre l'IETEA au service des politiques publiques
École Citoyenne	Éducation aux médias et dangers d'Internet

Chaque territoire peut ainsi développer progressivement ses compétences sans dépendre en permanence d'une structure centrale.

4. Le parcours de l'Ambassadeur

Avant d'obtenir son accréditation, chaque Ambassadeur suit une formation complète.

Elle comprend notamment :

Module 1 - Philosophie de « Acteurs Locaux en Mouvement »

- Histoire du mouvement ;
- Intelligence Économique Territoriale En Action ;
- Les trois souverainetés ;
- La coopération internationale.

Module 2 - Développement territorial

- Création de l'annuaire ;
- Recrutement des adhérents Premium ;
- Animation des communautés ;
- Accompagnement économique.

Module 3 - Médias et communication

- Rédaction d'articles ;
- Interview vidéo ;
- Valorisation des initiatives locales ;
- Éthique journalistique.

Module 4 - Collectivités

- Dialogue avec les élus ;
- Consultation citoyenne ;
- Communication de proximité ;
- Neutralité institutionnelle.

Module 5 - Déploiement international

- Création d'une délégation ;
- Coopération entre territoires ;
- Gouvernance de l'Alliance.

L'objectif est de donner à chaque Ambassadeur une vision globale plutôt qu'une compétence isolée.

5. L'éducation aux médias : une mission d'intérêt général

Depuis plusieurs années, les citoyens sont confrontés à une multiplication des manipulations numériques.

- Désinformation.
- Usurpation d'identité.
- Deepfakes.
- Bulles de filtre.
- Addiction aux écrans.

« Acteurs Locaux en Mouvement » considère que la réponse ne peut pas être uniquement technologique.

Elle doit être éducative.

Les ateliers d'éducation aux médias deviennent ainsi une mission permanente de l'Académie.

Ils s'adressent :

- Aux écoles ;
- Aux collèges ;
- Aux lycées ;
- Aux parents ;
- Aux seniors ;
- Aux associations ;
- Aux collectivités.

Former des citoyens critiques constitue probablement l'un des plus grands investissements qu'un territoire puisse réaliser.

6. Une certification internationale

Afin de garantir la qualité du réseau, l'Académie délivrera une Certification d'Ambassadeur Territorial.

Cette certification ne récompense pas uniquement des connaissances.

Elle valide également :

- L'éthique ;
- La capacité à fédérer ;
- La neutralité ;
- La maîtrise des outils ;
- La compréhension de l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

Ainsi, un Ambassadeur certifié pourra intervenir dans n'importe quel territoire partenaire tout en partageant un langage commun.

7. La bibliothèque mondiale des territoires

L'Académie ne sera pas seulement un centre de formation.

Elle deviendra progressivement une immense bibliothèque des bonnes pratiques territoriales.

Chaque territoire pourra y déposer :

- Des études de cas ;
- Des reportages ;

- Des méthodes ;
- Des innovations ;
- Des réussites économiques ;
- Des expériences citoyennes.

Cette bibliothèque constituera probablement la plus grande base de connaissances consacrée aux territoires.

Elle permettra aux collectivités de s'inspirer directement des expériences menées ailleurs.

L'information devient alors un patrimoine mondial partagé.

8. Former pour rendre autonome

La réussite de « Acteurs Locaux en Mouvement » ne se mesurera pas au nombre de territoires dépendants d'une organisation centrale. Elle se mesurera au nombre de territoires devenus autonomes.

L'Académie a précisément cette vocation.

- Former.
- Transmettre.
- Accompagner.

Puis laisser chaque territoire développer sa propre intelligence collective.

C'est la plus belle définition de la coopération.

Conclusion du chapitre

Les outils numériques évoluent rapidement. Les méthodes traversent les générations. En créant l'Académie de « Acteurs Locaux en Mouvement », l'Alliance fait le choix de transmettre bien davantage qu'une plateforme : elle transmet une vision du développement fondée sur la coopération, la curiosité et la souveraineté des territoires.

Le chapitre XII abordera désormais l'enjeu le plus déterminant de tous : la jeunesse, car un territoire qui ne parvient plus à offrir un avenir à ses jeunes finit toujours par perdre son intelligence, son énergie et sa capacité d'innover.

Chapitre XII - La jeunesse : permettre à chaque territoire de garder son avenir

« La plus grande richesse d'un territoire n'est ni son sous-sol, ni ses infrastructures. Ce sont ses jeunes. »

Avant-propos

Depuis plusieurs décennies, de nombreux territoires vivent une même inquiétude. Les jeunes partent. Ils quittent leur village pour la grande ville, leur région pour la capitale.

Ils quittent parfois leur pays en espérant trouver ailleurs les opportunités qu'ils ne trouvent plus chez eux.

Ce phénomène concerne l'Europe comme l'Afrique.

Il ne traduit pas un manque de talent. Il révèle souvent un manque de perspectives.

L'Intelligence Économique Territoriale En Action propose une autre ambition : créer suffisamment d'opportunités locales pour que les jeunes puissent choisir de rester, plutôt que de partir par nécessité.

Le mot important est choisir.

« Acteurs Locaux en Mouvement » ne veut enfermer personne dans son territoire. Il veut rendre chaque territoire suffisamment attractif pour que l'exil économique ne soit plus une fatalité.

1. L'exode des talents n'est pas une fatalité

Lorsqu'un jeune quitte son territoire, plusieurs scénarios existent. Il part pour étudier, découvrir le monde ou construire une carrière.

Ces choix sont légitimes.

Mais un autre scénario est beaucoup plus préoccupant : celui du départ contraint.

Lorsque l'absence d'emploi, de visibilité économique ou de perspectives entrepreneuriales pousse une génération entière à quitter son territoire, c'est la capacité même de celui-ci à se renouveler qui s'affaiblit.

« Acteurs Locaux en Mouvement » considère que la meilleure politique de jeunesse consiste à développer l'économie locale.

Car derrière chaque emploi se trouvent une entreprise, un artisan, un producteur ou une association qui mérite d'être davantage visible.

2. L'Afrique : un continent de talents

Notre développement en Afrique répond à une conviction profonde. L'Afrique n'est pas un continent en attente de solutions. C'est un continent de compétences, de créativité et d'entrepreneurs.

Son immense jeunesse constitue probablement sa plus grande richesse.

Pourtant, beaucoup de jeunes pensent que leur avenir se situe exclusivement dans un hypothétique eldorado européen.

Nous croyons exactement l'inverse.

L'avenir de nombreux jeunes peut être construit chez eux, à condition que leurs territoires disposent des outils nécessaires pour développer leur propre économie.

« Acteurs Locaux en Mouvement » souhaite contribuer à cette dynamique, non en important un modèle, mais en donnant à chaque territoire les moyens de révéler ses propres richesses.

3. Créer des opportunités plutôt que des assistances

Le développement durable d'un territoire ne repose jamais sur l'assistance permanente.

Il repose sur la création d'opportunités.

Les Ambassadeurs accompagnent les entrepreneurs.

Les médias rendent visibles les initiatives.

Les marketplaces facilitent les échanges.

L'annuaire identifie les compétences.

Les collectivités favorisent la coopération.

L'ensemble crée progressivement un environnement favorable à l'emploi et à l'entrepreneuriat.

C'est ainsi que les jeunes peuvent imaginer leur avenir dans leur propre région.

4. Les jeunes deviennent eux aussi des éditeurs

Les nouvelles générations maîtrisent naturellement la vidéo, le numérique et la communication.

Plutôt que de subir les réseaux sociaux, « Acteurs Locaux en Mouvement » leur propose d'en devenir les auteurs responsables.

Grâce à leur blog et à leur chaîne TV, les jeunes peuvent :

- Présenter leurs projets ;
- Valoriser leur apprentissage ;

- Montrer leur métier ;
- Promouvoir leur association ;
- Partager leurs innovations ;
- Raconter leur territoire.

Ils ne deviennent plus seulement consommateurs de contenus.

Ils deviennent créateurs de valeur territoriale.

5. Former des entrepreneurs de proximité

Chaque territoire possède des besoins économiques spécifiques.

- Réparation.
- Agriculture.
- Numérique.
- Tourisme.
- Culture.
- Services à la personne.

« Acteurs Locaux en Mouvement » souhaite rapprocher les jeunes des entreprises qui recrutent ou qui transmettent leur savoir-faire.

L'Annuaire Territorial facilite cette rencontre, l'Académie apporte les compétences, les Ambassadeurs créent le lien.

Ainsi naît une véritable économie de la transmission.

6. La coopération entre générations

Un territoire vivant repose sur un équilibre entre expérience et innovation.

Les seniors possèdent souvent une connaissance exceptionnelle des métiers.

Les jeunes apportent une maîtrise naturelle des outils numériques.

L'Intelligence Économique Territoriale En Action cherche à faire dialoguer ces deux générations.

Un artisan peut transmettre son métier et un jeune peut valoriser ce savoir-faire grâce à la vidéo.

Une association peut réunir les deux. Cette coopération intergénérationnelle constitue l'une des plus belles richesses d'un territoire.

7. Le droit de réussir chez soi

Pendant longtemps, la réussite a été associée au départ. Partir semblait être le symbole de l'ambition.

« Acteurs Locaux en Mouvement » propose une idée différente. La réussite peut aussi consister à faire grandir son propre territoire. Créer une entreprise,

Reprendre un commerce, Développer une exploitation agricole. Fonder une association, Innover dans une commune rurale.

Toutes ces réussites méritent la même reconnaissance que les parcours réalisés dans les grandes métropoles.

Nous voulons réhabiliter la fierté de réussir localement.

8. Un avenir partagé entre les territoires

La jeunesse est également le plus puissant vecteur de coopération internationale.

Grâce à l'Alliance des Territoires, un jeune entrepreneur pourra demain :

- Découvrir les initiatives d'un autre pays ;
- Participer à des projets communs ;
- Échanger des compétences ;
- Développer des partenariats économiques ;
- Apprendre sans quitter définitivement son territoire.

L'ouverture au monde ne nécessite plus l'abandon de ses racines. Elle devient une extension naturelle de son identité territoriale.

Conclusion du chapitre

Le plus grand succès de « Acteurs Locaux en Mouvement » ne sera pas le nombre de médias créés, ni celui des marketplaces développées.

Il sera le nombre de jeunes qui pourront dire un jour : *« J'ai choisi de construire mon avenir dans mon territoire, parce qu'il m'offrait enfin des perspectives. »*

L'Intelligence Économique Territoriale En Action n'a de sens que si elle permet aux générations futures d'hériter de territoires plus vivants, plus solidaires et plus prospères que ceux que nous avons reçus.

Le dernier chapitre constituera l'Appel des Territoires : la vision fondatrice adressée aux élus, aux entrepreneurs, aux citoyens et aux futurs Ambassadeurs du monde entier.

Chapitre XIII - L'Appel des Territoires

« Ce siècle ne sera pas celui des territoires les plus puissants. Il sera celui des territoires les plus coopératifs. »

Avant-propos

Au terme de ce Livre Blanc, une conviction s'impose.

Les défis économiques, alimentaires, culturels, environnementaux et numériques ne pourront pas être résolus uniquement par des décisions venues d'en haut.

Ils trouveront leurs réponses dans les territoires, là où vivent les citoyens, où travaillent les entreprises, où produisent les agriculteurs, où les associations créent du lien social et où les collectivités bâtissent le quotidien.

« Acteurs Locaux en Mouvement » n'est pas une organisation supplémentaire. C'est une invitation à construire une nouvelle manière de coopérer.

1. Nous lançons un appel

Cet appel s'adresse à toutes celles et ceux qui refusent de considérer la disparition des commerces de proximité, l'isolement des associations, l'exode des jeunes ou l'effacement des savoir-faire comme des fatalités.

Il s'adresse :

- Aux maires ;
- Aux présidents de collectivités ;
- Aux entrepreneurs ;
- Aux artisans ;
- Aux agriculteurs ;
- Aux commerçants ;
- Aux enseignants ;
- Aux journalistes ;
- Aux responsables associatifs ;
- Aux citoyens.

Car chacun possède une partie de la solution. Personne ne peut reconstruire un territoire seul.

2. Nous croyons à la coopération avant la concurrence

Le monde économique parle souvent de compétition. L'Intelligence Économique Territoriale En Action parle d'abord de coopération.

Coopération entre entreprises.

Coopération entre collectivités.

Coopération entre producteurs et restaurateurs.

Coopération entre associations.

Coopération entre générations.

Coopération entre les territoires.

Cette philosophie ne supprime pas la concurrence naturelle des marchés. Elle rappelle simplement qu'un territoire progresse davantage lorsque ses acteurs apprennent à travailler ensemble.

3. Nous choisissons la neutralité

« Acteurs Locaux en Mouvement » rassemble des femmes et des hommes de toutes convictions.

C'est pourquoi « Acteurs Locaux en Mouvement » affirme clairement son indépendance à l'égard des contenus de propagande politique et du prosélytisme religieux.

Cette neutralité n'est pas un renoncement. Elle est une condition de la confiance. Elle permet à un élu, un chef d'entreprise, un bénévole, un agriculteur ou un citoyen de collaborer dans le respect de leurs différences.

Le territoire devient notre bien commun.

4. Nous voulons rendre visibles les invisibles

Des milliers d'entreprises remarquables ne disposent d'aucune visibilité.

Des artisans transmettent des métiers exceptionnels sans être connus de leurs voisins.

Des associations accomplissent un travail considérable avec très peu de moyens.

Des producteurs nourrissent leur territoire dans une relative discrétion.

Notre mission est de les rendre visibles.

Parce que la visibilité précède toujours la prospérité. Un acteur découvert devient un partenaire potentiel. Une initiative racontée devient une source d'inspiration. Une réussite partagée devient un moteur collectif.

5. Nous faisons le choix de la souveraineté territoriale

Nous ne raisonnons pas en opposition aux autres. Nous raisonnons en responsabilité.

Chaque territoire doit pouvoir :

- Connaître ses acteurs ;
- Valoriser ses compétences ;
- Soutenir son économie ;
- Préserver sa culture ;
- Renforcer son autonomie alimentaire ;
- Transmettre ses savoir-faire.

Cette souveraineté est locale. Elle respecte pleinement la coopération internationale.

Plus un territoire est fort, plus il peut partager avec les autres.

6. Nous croyons en la jeunesse

Aucun territoire n'a d'avenir s'il ne donne pas un avenir à ses jeunes.

Notre ambition est de leur offrir :

- Des opportunités entrepreneuriales ;
- Des formations ;
- Une visibilité ;
- Des coopérations internationales ;
- Des raisons d'aimer leur territoire.

Le véritable développement consiste à transformer l'exode contraint en liberté de choisir.

Rester doit devenir une possibilité aussi noble que partir.

7. Nous relions les continents

Aujourd'hui, l'Alliance de « Acteurs Locaux en Mouvement » commence à se déployer en Europe et en Afrique.

Demain, elle pourra accueillir des territoires d'Amérique, d'Asie ou d'Océanie.

Notre modèle n'appartient à aucune nation.

Il appartient aux territoires qui souhaitent coopérer.

Chaque nouveau pays enrichira l'Alliance de sa culture, de ses traditions et de ses innovations.

La diversité devient notre plus grande force.

8. L'engagement fondateur

Nous invitons chaque territoire à rejoindre une communauté mondiale fondée sur une idée simple :

Connaître. Valoriser. Coopérer. Transmettre.

Connaître les acteurs grâce à l'Annuaire Territorial.

Valoriser leurs initiatives grâce aux médias TVLocale et Smartrezo.

Coopérer grâce aux Places de marchés BtoB et BtoC.

Transmettre grâce à l'Académie et aux Ambassadeurs.

Cette méthode constitue le cœur de l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

Elle est ouverte à tous les territoires qui souhaitent construire une prospérité durable.

IETEA - Les Acteurs Locaux

Conclusion générale du Livre Blanc

L'histoire retiendra peut-être que notre époque aura été capable de connecter des milliards d'individus.

Nous souhaitons qu'elle soit également celle qui aura permis aux territoires de se retrouver.

« Acteurs Locaux en Mouvement » est né d'une intuition devenue une méthode

Les habitants d'un même territoire doivent redevenir curieux les uns des autres.

Lorsque les citoyens découvrent leurs entreprises, leurs producteurs, leurs associations et leurs savoir-faire, l'économie retrouve un visage humain.

Lorsque les collectivités dialoguent avec leurs habitants, la démocratie gagne en confiance.

Lorsque les territoires coopèrent entre eux, la mondialisation cesse d'être une menace pour devenir une opportunité.

Nous n'appelons pas à construire un monde uniforme. Nous appelons à bâtir une Alliance Internationale de territoires libres, coopératifs et solidaires, où chaque communauté reste maîtresse de son identité tout en partageant ses richesses avec les autres.

Penser local. Coopérer mondial.

Épilogue de l'auteur

« J'ai créé « Acteurs Locaux en Mouvement » en partant d'une conviction très simple : le plus grand patrimoine d'un territoire n'est pas son patrimoine bâti, mais les femmes et les hommes qui le font vivre chaque jour. Si ce Livre Blanc permet à un maire de découvrir ses artisans, à un producteur de rencontrer un restaurateur, à un jeune de choisir de construire son avenir chez lui, alors notre ambition aura déjà commencé à porter ses fruits. »

Michel Lecomte Fondateur de « Acteurs Locaux en Mouvement » - Édition fondatrice 2026

A ces 13 chapitres fondateurs qui représentent le socle intellectuel de l'ouvrage. Je pense toutefois qu'avant l'édition Prestige, il manque encore trois éléments qui suivent en annexes.

1. Une Charte des Acteurs Locaux (10 engagements en 2 pages) qui pourra être signée par les Membres Adhérents Premium et les Ambassadeurs.
2. Le Pacte des Collectivités Partenaires (4 à 6 pages), destiné aux élus des communes, départements, régions et pays.
3. Le Manifeste des Ambassadeurs (une douzaine de pages), qui deviendra le document de référence pour tes licenciés internationaux.

LA CHARTE DES ACTEURS LOCAUX

Les 10 engagements de l'Alliance

Être Acteur Local, c'est choisir de faire grandir son territoire avant de chercher à grandir seul.

Préambule

« Acteurs Locaux en Mouvement » rassemble des entreprises, des artisans, des producteurs, des associations, des collectivités et des citoyens autour d'une conviction commune : la prospérité d'un territoire naît de la coopération, de la confiance et de la transmission.

Chaque adhérent Premium s'engage librement à respecter les dix principes suivants.

Les 10 engagements

1. Servir mon territoire. Je contribue au développement économique, alimentaire, culturel et humain de mon territoire.
2. Valoriser plutôt que dénigrer. Je communique de manière constructive et respecte les autres acteurs locaux.
3. Coopérer avant de concurrencer. Je recherche les synergies et les partenariats chaque fois qu'ils créent de la valeur pour tous.
4. Produire une information sincère. Les articles et vidéos que je publie sont authentiques, vérifiables et respectueux.
5. Préserver la neutralité. Je n'utilise pas les médias des Acteurs Locaux pour la propagande politique ou le prosélytisme religieux.
6. Soutenir l'économie de proximité. Je privilégie, lorsque cela est possible, les échanges avec les acteurs de mon territoire.
7. Respecter les citoyens. Je protège les données personnelles et refuse les pratiques de manipulation numérique.
8. Transmettre mes savoir-faire. Je considère la connaissance comme une richesse qui grandit lorsqu'elle est partagée.
9. Accueillir les nouvelles générations. Je participe à la transmission des métiers, des compétences et de l'esprit d'entreprendre.
10. Coopérer avec les territoires du monde. Je respecte toutes les cultures et considère la diversité comme une richesse.

Signature : Je rejoins librement l'Alliance « Acteurs Locaux en Mouvement » et j'adhère à cette Charte.

LE PACTE DES COLLECTIVITÉS PARTENAIRES

Pour une souveraineté informationnelle et économique des territoires

Préambule

Les collectivités territoriales jouent un rôle essentiel dans la cohésion sociale et le développement économique. « Acteurs Locaux en Mouvement » leur propose un partenariat fondé sur la complémentarité, jamais sur la substitution.

Le présent Pacte constitue une déclaration d'intention entre une collectivité et l'Alliance « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Les 8 engagements réciproques

La collectivité s'engage à

1. Favoriser la visibilité de ses acteurs économiques, associatifs et culturels.
2. Encourager les circuits courts et les coopérations territoriales.
3. Soutenir l'éducation aux médias et à la citoyenneté numérique.
4. Utiliser les outils de consultation citoyenne comme aide à la décision.

« Acteurs Locaux en Mouvement » s'engage à

5. Maintenir une stricte neutralité politique et religieuse.
6. Valoriser l'ensemble des initiatives du territoire avec équité.
7. Développer un média territorial collaboratif ouvert aux adhérents Premium.
8. Mettre l'Intelligence Économique Territoriale au service de la collectivité.

Les cinq outils mis à disposition

Outils	Finalité
Annuaire Territorial	Connaître les acteurs
TVLocale	Informar et valoriser
Marché BtoB & BtoC	Développer l'économie locale
Consultation citoyenne	Écouter les habitants
Académie	Former les Ambassadeurs et les citoyens

Conclusion

Une collectivité forte est une collectivité qui connaît, relie et valorise ses propres acteurs.

MANIFESTE DES AMBASSADEURS TERRITORIAUX

Bâtisseurs de territoires

« Nous ne représentons pas une marque. Nous représentons un territoire. »

Notre mission

Nous sommes les Ambassadeurs de « Acteurs Locaux en Mouvement ».

Notre responsabilité est de révéler les richesses humaines, économiques, alimentaires et culturelles de notre territoire.

Nous créons des rencontres.

Nous développons des coopérations.

Nous transmettons une méthode : l'Intelligence Économique Territoriale En Action.

Nos 12 devoirs

1. Être exemplaire

Notre comportement engage la crédibilité de toute l'Alliance.

2. Écouter avant de convaincre

Chaque territoire possède déjà ses propres richesses.

3. Identifier les talents

Notre première mission est de découvrir les acteurs souvent invisibles.

4. Développer l'Annuaire Territorial

Nous construisons une communauté d'adhérents Premium, jamais un simple fichier.

5. Faire vivre le média territorial

Nous encourageons les membres Premium à devenir les éditeurs de leur territoire.

6. Favoriser les coopérations économiques

Nous créons des ponts entre entreprises, producteurs et collectivités.

7. Former les citoyens

Nous développons les ateliers d'éducation aux médias et aux dangers d'Internet.

8. Respecter la neutralité

Nous refusons toute instrumentalisation politique ou religieuse de nos médias.

9. Défendre les trois souverainetés

- Économique.
- Alimentaire.
- Culturelle.

10. Coopérer avec les autres Ambassadeurs

Aucun territoire n'est isolé.

11. Transmettre

Notre réussite se mesure au nombre de nouveaux Ambassadeurs que nous formons.

12. Servir avant de diriger

L'autorité d'un Ambassadeur naît de son engagement, jamais de son titre.

Le Serment de l'Ambassadeur

Je m'engage librement à servir mon territoire avec éthique, neutralité et bienveillance.

Je m'engage à révéler les richesses humaines, économiques, alimentaires et culturelles qui le composent.

Je m'engage à favoriser la coopération plutôt que la division, la curiosité plutôt que les bulles de filtre, la transmission plutôt que l'appropriation.

Je deviens Ambassadeur de « Acteurs Locaux en Mouvement » afin de construire une Alliance Internationale de territoires libres, solidaires et prospères.

Nom :

Territoire :

Date :

Signature :