Les déterminants des décisions de localisation -Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services

Bertrand Sergot

▶ **To cite this version:**

Bertrand Sergot. Les déterminants des décisions de localisation -Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services. Gestion et management. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2004. Français. NNT : . tel-00012204

HAL Id: tel-00012204

https://theses.hal.science/tel-00012204

Submitted on 4 May 2006

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE PARIS I – PANTHEON SORBONNE
Institut d'Administration des Entreprises
Ecole Doctorale en Sciences de Gestion Paris I – HEC / ED 118
Equipe de recherche GREGOR / EA 123

Les déterminants des décisions de localisation

Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services

THESE
présentée et soutenue publiquement le 6 décembre 2004
en vue de l'obtention du
DOCTORAT EN SCIENCES DE GESTION
Par

Bertrand SERGOT

JURY

Directeur de recherche :	**José ALLOUCHE** Professeur à l'Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne Institut d'Administration des Entreprises
Rapporteurs :	**Alain DESREUMAUX** Professeur à l'Université de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises
	Isabelle HUAULT Professeur à l'Université Paris 2 – Panthéon Assas
Suffragants :	**François BLANC** Professeur à l'Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne Institut d'Administration des Entreprises
	Bertrand QUELIN Professeur Associé au Groupe HEC

L’université de Paris I – Panthéon Sorbonne n’entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

REMERCIEMENTS

S'il est vrai que le travail de thèse constitue avant tout un exercice solitaire, la présente recherche n'aurait pu aboutir sans le concours de nombreuses personnes autres que son auteur. La liste de ceux et celles qui ont apporté leur pierre à cet édifice est bien trop longue pour figurer ici *in extenso*. Que ceux qui ne sont pas nommément cités n'y voient donc pas le reflet d'une quelconque ingratitude ou d'un oubli de ma part.

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à José ALLOUCHE. En effet, cette thèse n'existerait pas s'il n'avait pas accepté de la diriger, malgré le caractère relativement atypique du sujet dont j'étais porteur. A cette qualité d'ouverture d'esprit, s'ajoute une exigence qui, si elle est synonyme, à court terme, de longues séances de travail, ne peut qu'être bénéfique à plus long terme. Je peux dire aujourd'hui que les échanges que j'ai eus avec mon directeur de thèse ont toujours été riches et denses et qu'il a été un guide avisé tout au long de mon cheminement vers la soutenance.

Je tiens également à remercier chaleureusement les membres du jury, Mme Isabelle HUAULT, MM. François BLANC, Alain DESREUMAUX et Bertrand QUELIN d'avoir bien voulu porter leur attention à ce travail dont ils n'avaient peut-être pas anticipé le volume final. La mise en place des thèses « Nouveau Régime » laissait augurer d'une diminution du volume unitaire des recherches doctorales soutenues. Une probable incapacité à la concision m'a toutefois amené à dépasser les normes communément admises dans le cadre de ce nouveau doctorat à l'histoire déjà longue. Je prie donc les évaluateurs de ce travail et les futurs lecteurs de bien vouloir m'excuser de ce travers.

J'adresse également mes remerciements les plus sincères à tous les praticiens qui ont participé à la partie empirique de la thèse. Ils ont su me convaincre, par le temps et l'intérêt qu'ils ont bien voulu consacrer à ma recherche, qu'il ne fallait pas désespérer des relations entre le monde de l'entreprise et le monde de la recherche en sciences de gestion en France.

Un tel travail, avec son lot de difficultés, de doutes et de remises en question ne peut se concevoir que dans un environnement propice à sa réalisation. C'est pourquoi je souhaite ardemment rendre hommage à mes parents et à mon frère François pour leur affection, leur

aide et, quand cela était nécessaire, leur indulgence à mon égard. Ces remerciements s'adressent également à tous ceux, famille, amis ou relations qui m'ont soutenu par leur présence ou leurs conseils.

Je tiens tout particulièrement à exprimer ma profonde reconnaissance à Céline pour sa patience et sa compréhension, son soutien indéfectible et, de manière plus générale, pour avoir si bien su m'accompagner sur ce long chemin. A notre nouvelle vie, Céline !

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS **1**

SOMMAIRE **3**

INTRODUCTION GENERALE **5**

PARTIE 1 : LA COMPREHENSION DES DECISIONS DE LOCALISATION ET DE LEURS DETERMINANTS **17**

CHAPITRE 1 : DEFINITION ET ENJEUX DES DECISIONS DE LOCALISATION 19

CHAPITRE 2 : LES APPROCHES D'INSPIRATION ECONOMIQUE DES CHOIX DE LOCALISATION D'ENTREPRISES – DES TENTATIVES DE REPONSE A LA QUESTION « POURQUOI LA ? » 39

CHAPITRE 3 : INCERTITUDE, INFORMATION ET INSTITUTIONS – DE NOUVEAUX CADRES CONCEPTUELS POUR APPREHENDER LES DECISIONS DE LOCALISATION 81

CHAPITRE 4 : LES APPLICATIONS EMPIRIQUES DES NOUVEAUX CADRES D'ANALYSE DES DECISIONS DE LOCALISATION 115

CHAPITRE 5 : LA DELICATE QUESTION DE L'EVALUATION DES RESULTATS DES DECISIONS DE LOCALISATION 147

PARTIE 2 : LA PROBLEMATIQUE ET LES CHOIX METHODOLOGIQUES DE LA RECHERCHE **163**

CHAPITRE 1 : DEFINITION ET TRADUCTION OPERATOIRE DE LA PROBLEMATIQUE RETENUE 165

CHAPITRE 2 : LES CHOIX METHODOLOGIQUES 177

PARTIE 3 : LES COMPORTEMENTS DE LOCALISATION DES ENTREPRISES FRANCAISES – LES RESULTATS DE LA RECHERCHE **241**

CHAPITRE 1 : LES CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON 243

CHAPITRE 2 : LES CARACTERISTIQUES DU PROCESSUS DE DECISION DE LOCALISATION 271

CHAPITRE 3 : LES FACTEURS DETERMINANTS DU CHOIX DU LIEU D'IMPLANTATION DU NOUVEAU SITE A L'ECHELLE INFRA-NATIONALE 361

CHAPITRE 4 : LES DIFFICULTES RENCONTREES LORS DE MISE EN ŒUVRE DE LA DECISION DE LOCALISATION 473

CONCLUSION GENERALE **523**

BIBLIOGRAPHIE **535**

TABLE DES MATIERES **549**

INTRODUCTION GENERALE

« Nous ne délocalisons pas, nous localisons. »

Jean-Martin Folz,
Président du directoire de Peugeot SA
France Inter, journal de la mi-journée du 23 septembre 2004

La citation présentée ci-dessus est la réponse que le dirigeant du deuxième groupe automobile français a donnée à un journaliste lui demandant si la nouvelle unité de production que son entreprise construit actuellement en Slovaquie[1] constituait une « délocalisation »[2] d'activités.

A l'image de Jean-Martin Folz, il nous paraît indispensable de préciser dés maintenant que la présente recherche ne porte pas sur les décisions de « délocalisation » mais sur les décisions de localisation. Sans être totalement disjointes, les réalités désignées par ces deux expressions sont en effet différentes[3]. Les « délocalisations » constituent néanmoins une entrée en matière intéressante et, à dire vrai, incontournable, au regard de leur actualité brûlante.

Les « délocalisations » au cœur de l'actualité

Journalistes et hommes politiques se sont largement appropriés ce terme. Ils lui ont conféré une charge émotionnelle qui représente un obstacle à toute tentative de définition précise. Toutefois, le terme de « délocalisation » est communément employé pour désigner l'ensemble des opérations par lesquelles les entreprises, à la recherche de coûts d'exploitation moins élevés, notamment en matière de main d'œuvre, transfèrent des activités de leur pays d'origine vers des pays étrangers sans que la destination des biens ou services produits ne change, qu'il s'agisse du marché domestique du pays d'origine ou de marchés étrangers. Par extension, ce terme est également employé pour désigner les opérations d'augmentation de capacités réalisées par les entreprises hors de leur pays d'origine mais qui sont destinées à desservir le marché de ce dernier (Arthuis, 1993)[4]. Ainsi défini, le phénomène des

[1] Cette nouvelle usine d'assemblage, située à Trnava en Slovaquie, doit être mise en service en 2006.
[2] L'emploi des guillemets est ici destiné à marquer la prudence avec laquelle nous utilisons ce terme. Cette prudence s'explique, d'une part par le flou qui entoure sa définition et, d'autre part, par son caractère quelque peu impropre au regard des comportements d'entreprises qu'il désigne puisque, étymologiquement, « délocaliser » signifie priver de lieu (Brunet et alii, 1993).
[3] Ces différences seront présentées de manière plus approfondie dans la partie 1, chapitre 1.
[4] Dans l'acception la plus commune du terme, l'espace de référence des opérations de « délocalisation » est international. Toutefois, des logiques similaires président à des opérations réalisées à l'intérieur du territoire

« délocalisations » n'est pas réellement nouveau. En France, son apparition au premier plan du débat public peut être datée de l'annonce par la société Hoover en 1993 de la fermeture de son usine d'aspirateurs de Dijon et du transfert de son activité en Ecosse[5]. Ces « délocalisations » ont d'abord concerné les activités de production industrielle, en particulier les activités à fort contenu de main d'œuvre. Elles touchent aujourd'hui de plus en plus des activités de services telles que les centres d'appel, la comptabilité ou encore les activités informatiques[6]. De manière générale, ces phénomènes concernent aujourd'hui l'ensemble de ce que les géographes qualifient d'activités spécifiques (Manzagol, 1992), c'est-à-dire toutes celles dont la localisation n'est pas contrainte par la nécessité d'un contact physique direct avec le consommateur final.[7] Ainsi, si les entreprises industrielles ont initié le mouvement, les éditeurs de logiciels sont aujourd'hui particulièrement affectés par ces tendances. La banalisation croissante des activités de développement informatique, la nécessité d'en mieux maîtriser les coûts et l'utilisation d'outils de réseau facilitant la gestion de la dispersion géographique se conjuguent pour expliquer la forte propension des entreprises du secteur à « délocaliser » [8].

Les entreprises, des entités localisées et mobiles

De manière quelque peu paradoxale au regard de l'étymologie du terme, l'existence même de « délocalisations » rappelle que les entreprises sont des entités localisées. Nombre d'entre elles sont même multilocalisées au sens où elles exercent leur activité dans différents lieux géographiques distincts que nous qualifierons de sites[9]. Beaucoup passent sous silence cette dimension spatiale de l'entreprise, à commencer par les spécialistes en sciences de gestion (Joffre et Koenig, 1985). Pourtant, l'inscription dans l'espace géographique de l'entreprise est consubstantielle de son caractère de communauté humaine. En effet, c'est

national (voir le cas des « délocalisations » d'entreprises ou d'administrations publiques, Inisan et Saint-Raymond, 1996, et l'exemple du « near shore » dans les sociétés informatiques, *Le « near shore » présent dans tous les discours*, Les Echos, 4 avril 2003).

[5] Pour une présentation détaillée de ce cas, voir Chanteau (2001), p. 170-172.

[6] La CNUCED estime ainsi dans son *Rapport sur l'investissement dans le monde, 2004* que le phénomène des « délocalisations » de services est appelé à connaître un fort développement ces prochaines années, notamment pour ce qui concerne les activités informatiques (*Les délocalisations dans les services ne font que commencer*, Le Monde, 24 Septembre 2004).

[7] Le vocable d'« activités spécifiques » désigne l'ensemble des activités de production industrielle ainsi que toutes les fonctions de services, de la conception au service après-vente, qui y sont plus ou moins directement liées, qu'elles soient intégrées au sein des entreprises industrielles ou prises en charge par des sociétés de services aux entreprises spécialisées. Les géographes leurs opposent les activités banales qui correspondent, dans les grandes lignes, aux services à destination des particuliers (Béguin, 1992).

[8] *The New geography of the IT industry*, The Economist, July 17th 2003.

[9] Les raisons de l'emploi de ce terme ainsi que le sens exact qui lui est conféré seront précisés plus loin dans la partie 1, chapitre 1.

précisément « l'attachement des hommes à un territoire[10] [qui] induit l'enracinement des firmes » (Zimmermann, 1995, p. 162). L'idée d'enracinement ne doit cependant pas tromper. Si les entreprises sont inscrites dans l'espace géographique, cette inscription n'est pas figée une fois pour toute. Elle est susceptible de modifications. D'ailleurs, les entreprises sont plus mobiles, c'est-à-dire moins attachées aux lieux géographiques qu'elles occupent à un moment donné, que les salariés qu'elles emploient.

Les choix de localisation, des outils au service de la réduction des coûts ?

C'est précisément ce décalage qui est mis en avant dans le traitement, par les médias, des décisions de « délocalisation ». Il en ressort une représentation de l'entreprise industrielle ou informatique comme une entité volatile (ou *footloose* en anglais), voire prédatrice, modifiant de manière relativement libre la localisation de ses activités au gré des fluctuations de ses intérêts économiques sans se soucier des conséquences de ses décisions sur les territoires qu'elle quitte. Dans le contexte actuel, cette mobilité serait favorisée par la baisse tendancielle des coûts de transport et de communication ainsi que celle des barrières douanières entre états nationaux.

Le terme de « délocalisation », dans son emploi courant, est connoté négativement. Ce jugement de valeur implique l'adoption d'un point de vue particulier sur ces pratiques managériales : C'est systématiquement celui du territoire de départ[11] et de ses composantes (collectivités territoriales, salariés de l'entreprise en poste localement) qui est adopté et les conséquences, forcément négatives, de ce départ sur l'emploi local qui sont mises en avant.

Toutefois, ce traitement égocentré (Chanteau, 2001) conduit à biaiser l'analyse du réel. En l'occurrence, il occulte le fait que le vocable de « délocalisation » désigne une double décision de la part de l'entreprise concernée : D'un côté, elle décide, selon les cas, de fermer ou de ne pas développer une activité préexistante dans un lieu géographique particulier et, de l'autre, elle décide de la création d'une nouvelle capacité dans un autre lieu géographique, nettement disjoint du premier. L'angle d'attaque adopté conduit donc à escamoter à la fois le point de vue du territoire qui bénéficie de l'opération et celui de l'entreprise qui la décide et la met en œuvre. L'optique choisie vise avant tout à stigmatiser le conflit existant entre les intérêts de l'entreprise en question (et de ses actionnaires) et ceux du territoire qui pâtit de la « délocalisation » (et des salariés éventuellement menacés par l'opération), soulignant par là

[10] Leur territoire d'origine ou, de manière plus générale, celui dans lequel ils vivent.
[11] Ou, lorsque le terme de « délocalisation » est entendu au sens large, du territoire au détriment duquel l'opération est réalisée.

même le comportement bien peu citoyen de la première citée. A de rares exceptions prés, le bien-fondé de la décision prise n'est cependant pas remis en cause. Ce faisant, on postule la rationalité économique des décideurs. S'ils ont choisi, typiquement, de transférer certaines activités vers un pays ou une région où les coûts de main d'œuvre ou les niveaux d'imposition sont plus faibles que dans leur localisation d'origine, ce choix ne peut qu'avoir des conséquences bénéfiques sur le niveau de profit de l'entreprise.

Les délocalisations obéiraient ainsi à des forces économiques implacables et inéluctables auxquelles les entreprises ne sauraient se dérober sous peine de disparaître purement et simplement. La meilleure expression académique de cette mécanique économique parfaitement huilée se trouve dans le modèle de cycle de vie du produit développé originellement par Vernon (1966). Appliqué aux comportements de localisation d'entreprises, ce modèle pose que, au fur et à mesure qu'un produit progresse le long de sa courbe du cycle de vie, la localisation optimale pour sa production se déplace des pays développés à la main d'œuvre qualifiée et relativement chère vers des pays en voie de développement à faible coût de main d'œuvre (Hayter, 1997).

Dans cette perspective, la localisation acquiert le statut de variable d'action stratégique sur laquelle les entreprises peuvent jouer afin de réduire leurs coûts. Elle n'intervient cependant que dans le cadre de stratégies purement défensives visant à assurer la survie à court terme de l'entreprise, ou du moins de certaines de ses activités de production les plus « matures », lorsque la concurrence par les coûts s'intensifie. Toutefois, même dans cette perpective très déterministe, les dirigeants d'entreprises disposent de marges de manœuvre. En premier lieu, ils ont à leur disposition différentes modalités pour s'implanter dans des pays à bas salaire, de la création de nouvelles unités de production à la sous-traitance (*outsourcing*) en passant par l'extension de certains de leurs sites existants.

Des décisions aux conséquences ambiguës sur la performance

En deuxième lieu, le modèle du cycle de vie ne préjuge pas du choix de la destination géographique précise des activités que l'entreprise souhaite délocaliser. Ainsi, à l'intérieur d'un territoire national donné, de nombreux lieux d'implantation alternatifs s'offrent à une entreprise entre lesquels il n'est pas toujours aisé d'opérer une sélection au regard des seules variables économiques. Cette indétermination vaut également, en amont, dans le choix du pays d'accueil des activités « délocalisées ». En effet, l'amélioration continue des infrastructures de transport et de télécommunication conjuguée à l'abaissement des barrières

douanières[12] met à la disposition des entreprises un nombre croissant de lieux d'implantation potentiellement viables.

Le modèle du cycle de vie du produit s'avère particulièrement peu adapté à la compréhension des « délocalisations » lorsque celles-ci impliquent la création de nouveaux sites.

Parmi les opérations récentes qui ont suscité les polémiques les plus vives en France, la plupart ont pris la forme soit d'une externalisation d'activités auprès de sous-traitants implantés à l'étranger soit d'une réallocation d'activités au profit d'autres sites existants du même groupe implantés hors de France. Dans ces cas, les décideurs sont en mesure de développer des calculs économiques relativement fiables pour étayer leur choix dans la mesure où les estimations de coûts prévisionnels qu'ils réalisent reposent sur une connaissance relativement précise des conditions d'exercice de leur activité dans les lieux d'implantation envisagés.

En revanche, lorsque la « délocalisation » implique la création d'un nouveau site l'entreprise ne connaît que très imparfaitement les conditions d'exercice de son activité dans la nouvelle localisation qu'elle choisit. L'implantation dans un nouveau lieu géographique est de ce fait susceptible de receler des coûts cachés non-négligeables, en particulier lorsqu'il s'agit d'une première implantation dans un pays étranger.

Le fonctionnement et, par conséquent, le niveau des coûts d'exploitation d'une nouvelle unité de production peut être affecté par de nombreuses caractéristiques de son environnement local dont certaines ne s'apprécient qu'à l'expérience. Ainsi, les économies réalisées sur les coûts de main d'œuvre peuvent être annihilées par la qualité médiocre des infrastructures locales de transport, qui accroît les délais et les coûts de livraison, par la difficulté à recruter localement le personnel nécessaire ou encore par les éventuelles contraintes administratives que les autorités locales imposent à l'entreprise[13].

Le choix d'un lieu d'implantation pour un nouveau site de production constitue donc un exercice particulièrement délicat au cours duquel des arbitrages doivent être effectués entre des exigences multiples et parfois contradictoires. De telles circonstances sont peu propices à la mise en œuvre, par les décideurs, de procédures d'optimisation économique et la problématique du choix d'une nouvelle localisation ne peut donc se résoudre uniquement en termes de coûts.

[12] Une tendance encore accentuée par l'élargissement de l'Union Européenne effectif depuis le 1° mai 2004, notamment par l'intégration de pays d'Europe Centrale et Orientale.

La localisation, source d'avantages concurrentiels

Le caractère stratégique des choix de nouvelles localisations n'est pas mis en avant uniquement pour les activités de production de biens matures et standardisés. Il est également de plus en plus reconnu, à l'autre extrémité de la courbe du cycle de vie, pour les activités à fort contenu technologique. En effet, certaines aires géographiques de dimension infra-nationale (région, agglomération urbaine) paraissent proposer, notamment au vu des statistiques de dépôts de brevets (voir en particulier les études de Jaffe, 1989 ; Antonelli, 1986 ; Audretsch et Feldman, 1996, ou encore Frost et Zhou, 2000), un environnement particulièrement favorable à l'innovation. Ce constat empirique conduit à préconiser aux entreprises d'implanter leurs centres de recherche et développement mais aussi leurs unités de production de biens de haute technologie[14] au sein d'agglomérations d'activités liées, en dépit du niveau relativement élevé des coûts immobiliers ou de main d'œuvre qui les caractérisent (pour une présentation de l'exemple paradigmatique de la Silicon Valley, voir Saxenian, 1994). De tels choix d'implantation visent à faciliter la mise en place de synergies et de partenariats avec d'autres acteurs présents localement (entreprises, centres de recherche, universités) pour développer et/ou accéder à de nouvelles connaissances techniques[15] (Porter, 1998, 1999 ; Porter et Stern, 2001). Ils sont de ce fait supposés représenter une source d'avantages concurrentiels fondamentale pour des entreprises confrontées à des marchés où les évolutions technologiques sont rapides (Dunning, 1998).

Toutefois, il s'agit là encore d'un discours normatif voire incantatoire[16] dont la mise en application effective à l'échelle des entreprises soulève d'importantes interrogations. Dans ces cas, les décideurs ne disposent en effet d'aucun indicateur quantifiable leur permettant d'apprécier *ex ante* la pertinence du choix d'une localisation de préférence à une autre. Ces décisions se prêtent donc encore moins à des logiques d'optimisation rationnelle que celles motivées par l'abaissement des coûts de production.

---

[13] Bartmess (1994) propose une discussion dans une perspective gestionnaire des opportunités et des risques associés à une première implantation productive en propre à l'étranger d'autant plus remarquable qu'elle est rare.

[14] Dans les secteurs industriels de haute technologie, les unités de production accueillent souvent des activités de recherche et développement. Ainsi, à l'image du projet que STMicroelectronics, Philips et Motorola réalisent actuellement sur le site de Crolles en Isère, les services de recherche et développement sont désormais intégrés au sein même des usines de production de microprocesseurs de la dernière génération.

[15] Le plan élaboré par la DATAR afin de lutter contre les « délocalisations » et présenté lors du Comité Interministériel d'Aménagement du Territoire du 17 Septembre 2004 s'inscrit dans le prolongement de cette représentation avec pour ambition affichée la constitution de « pôles de compétitivité » destinés à favoriser l'émergence de logiques de synergies inter-organisationnelles au plan local et, par là même, à ancrer (Zimmermann, 1998) les entreprises dans le territoire national.

[16] Voir Porter (1999) pour un exemple particulièrement frappant.

Comment les entreprises industrielles construisent-elles leurs choix de nouvelles localisations ?

Dans les faits, l'établissement d'une relation *a priori* entre le choix d'un lieu d'implantation particulier et le niveau de performance associé pour l'entreprise constitue donc un exercice particulièrement difficile et incertain, en particulier lorsque des activités de production industrielle sont concernées. Dans ces conditions, il est légitime de s'interroger sur la manière dont les entreprises construisent leurs choix de nouvelles localisations. Ce questionnement constitue le fondement de la thèse. La démarche méthodologique utilisée vise à y apporter des éléments de réponse empiriques.

L'objet réel étudié n'est donc par constitué par les « délocalisations », au sens commun du terme, mais bien par les décisions de localisation définies comme tout choix, par une entreprise, du lieu d'implantation d'un nouveau site. Comme le laisse entendre la citation liminaire, les décisions incluses dans le champ de l'analyse ne s'inscrivent pas uniquement dans le cadre d'opérations de réallocation spatiale d'activités existantes. Une partie d'entre elles représentent en effet, pour les entreprises concernées, des ajouts de nouvelles capacités[17], destinées en particulier à desservir des marchés étrangers. Traiter des seuls choix de nouvelles localisations permet d'éviter le flou qui entoure la notion de « délocalisations » et qui constitue un obstacle à toute analyse rigoureuse aussi bien de l'ampleur des phénomènes ainsi désignés que de leurs origines[18] tout en apportant une contribution scientifique aux débats sur les relations entreprises-territoires que l'emploi de ce terme ne manque pas de susciter.

Il ne s'agit pas de limiter notre propos au seul choix du pays d'accueil d'un nouveau site, bien au contraire. Ce parti pris conduirait à un traitement trop partiel, à notre sens, des problématiques de choix de nouvelles localisations. En effet, toute décision de localisation à l'international implique également le choix, à l'intérieur du pays d'accueil sélectionné, d'un lieu précis dans l'espace géographique. En outre, se concentrer sur le choix de nouveaux pays conduit à écarter de l'analyse l'ensemble des décisions prises à l'intérieur d'un même territoire national, alors même que c'est à cette échelle que l'indétermination économique

[17] Tel est précisément le cas de la nouvelle unité de production que Peugeot construit actuellement en Slovaquie.
[18] Pour se faire une idée des désaccords persistants sur ce thème, on pourra consulter avec profit, sur le premier point le rapport d'information N°374 du Sénat réalisé sous la direction du sénateur GRIGNON par le groupe de travail sur la délocalisation des industries de main d'œuvre (voir à l'adresse www.senat.fr/rap/r03-374/r03-3741.pdf et GRIGNON F., Comment définir les délocalisations ?, *Problèmes Economiques*, N°2859, 29 septembre 2004) et, sur le deuxième point, le XXII° rapport du conseil des impôts de la Cour des Comptes publié en Septembre 2004 et qui remet en cause l'idée, largement acceptée, selon laquelle l'impôt constitue une des motivations principales des « délocalisations » (une synthèse du rapport est disponible à l'adresse suivante : www.ccomptes.fr/organismes/conseil-des-impots/rapports/concurrence/rapport.pdf).

apparaît la plus grande. Pourtant, l'importance et la persistance des agglomérations d'activités économiques à l'intérieur des territoires nationaux indiquent que les entreprises, loin d'être indifférentes à la question du choix d'un lieu d'implantation à l'échelle infra-nationale, sont au contraire très sélectives en la matière.

L'objet réel choisi, tel qu'il vient d'être – succinctement – défini est, en tant que tel, un sujet de recherche dans de nombreux champs disciplinaires différents. Il convient donc de préciser qu'il sera appréhendé sous l'angle de la gestion d'entreprise. Le choix de cet angle d'approche signale l'inscription de la recherche doctorale dans le champ des sciences de gestion. Les connaissances produites n'auront toutefois pas nécessairement de valeur opératoire directe. En effet, la perspective adoptée est avant tout une perspective de compréhension et d'explication de la manière dont les entreprises procèdent effectivement au choix de nouvelles localisations. L'ambition ultime, qui ne sera que partiellement mise en œuvre dans le cadre de la thèse, est toutefois d'identifier, dans ce domaine, des pratiques plus ou moins efficaces et de produire ainsi, à la lumière des situations réelles étudiées, des préconisations à l'attention des praticiens.

L'objectif affiché est d'étudier un mode spécifique d'inscription de l'entreprise dans l'espace géographique : l'implantation en propre, ce que les spécialistes en management international qualifient, pour les implantations industrielles, de *greenfield investments*. Ce choix est cohérent avec l'interrogation qui structure la thèse. En effet, les recherches s'intéressant simultanément à plusieurs modalités d'implantation tendent à concentrer leur analyse sur le choix, par l'entreprise, d'une modalité particulière parmi l'éventail des possibles et sur les déterminants de ce choix, négligeant de ce fait la dimension géographique des décisions étudiées. Il suffit pour s'en convaincre de se reporter aux nombreux travaux réalisés en sciences gestion sur la thématique de l'internationalisation des entreprises (pour des revues voir notamment Desreumaux, 1993, et Huault, 1998).

En outre, la création d'un nouveau site conduit les décideurs à considérer explicitement la question de sa localisation et à faire de ce choix une manœuvre délibérée (Martinet, 1990b), à la différence, par exemple, des opérations d'acquisition où les préoccupations financières et la disponibilité d'entreprises ou de sites à acquérir tendent à reléguer cette question au second plan.

Les déterminants économiques ne sauraient donc rendre compte, à eux seuls, des choix de nouvelles localisations effectués par les entreprises, en particulier dans les secteurs industriels. Les caractéristiques propres à cette catégorie de décisions incitent à penser que les logiques d'optimisation rationnelle y sont tempérées par des comportements d'aversion par

rapport au risque. Ceux-ci amènent les décideurs à privilégier, autant que faire se peut, l'implantation dans des aires géographiques sur lesquelles ils peuvent disposer de connaissances intimes et spécifiques à l'activité de leur entreprise. Ces connaissances peuvent provenir de la présence locale préalable de leur entreprise, de la présence locale préalable d'entreprises comparables ou encore de l'utilisation de leur réseau local de relations personnelles. Dans cette perspective, l'objectif de la thèse est de mettre à jour le rôle joué, dans les décisions étudiées, par les comportements d'aversion des décideurs pour les localisations méconnues ou, formulé autrement, par les comportements de préférence pour les localisations connues ainsi que la manière dont ces comportements interfèrent et se combinent avec les logiques strictement économiques pour aboutir à la décision finale. Les situations de décision couvertes par l'analyse étant par nature variées, on cherchera également à expliquer les différences dans l'intensité de la préférence pour les localisations connues d'un cas à un autre. En dernier lieu, la thèse s'attachera à déterminer si cette préférence pour les aires géographiques connues est susceptible d'aplanir les difficultés qui peuvent apparaître localement lors de la mise en œuvre de la décision de localisation.

La nécessité d'une approche pluri-disciplinaire

La réponse à l'interrogation qui fonde cette recherche nécessite une étude préalable de la littérature se rapportant au thème des décisions de localisation d'entreprises. Il apparaît d'emblée que le traitement de cette thématique requiert l'adoption d'une approche pluri-disciplinaire.

Au sein des sciences de gestion, un thème de recherche transversal peu abordé

Ce principe de pluridisciplinarité s'applique en premier lieu à l'intérieur même des sciences de gestion. Loin de constituer un ensemble homogène, ces dernières s'organisent en effet en sous-disciplines traitant chacune d'une facette particulière du fonctionnement et de la gestion des organisations (Cohen, 1989). De par son caractère transversal, le thème abordé prédispose à un rattachement de la recherche au champ de la gestion stratégique. Nous ne prétendons pas toutefois nous inscrire de manière définitive dans une sous-discipline particulière tant une telle démarche apparaît réductrice. Les décisions de localisation, au sens où nous les entendons, affectent en effet des aspects très divers du fonctionnement d'une entreprise et renvoient à ce titre à des domaines très variés de la gestion (outre le management stratégique, la gestion des ressources humaines, la gestion commerciale et le marketing, la gestion financière, la gestion de production, la gestion des systèmes d'information ainsi que la

théorie des organisations et les théories de la décision). L'analyse ne peut donc que gagner en profondeur en se nourrissant des apports de ces différents domaines. Pourtant, à l'exception du marketing qui s'est concentré sur la localisation des activités banales (problématique de localisation des points de vente, voir Cliquet et alii, 2002), les sciences de gestion dans leur ensemble se sont très peu intéressées aux aspects spatiaux de la gestion des entreprises.

Certes, on pourra opposer à cette remarque le cas du management international qui s'est largement consacré à l'étude du déploiement des entreprises dans l'espace international. Il convient toutefois de préciser que l'espace international y est généralement représenté de manière fort abstraite, comme un ensemble de points, chacun d'eux correspondant à un pays différent. Cette représentation punctiforme est peu à même de rendre compte de l'insertion des entreprises dans l'espace géographique, au sens physique du terme, et de ses conséquences sur leur fonctionnement. Au final, les sciences de gestion sont peu aptes à restituer de manière satisfaisante ce qui fait la spécificité des choix de nouvelles localisations. Ainsi, l'application des classifications usuellement utilisées en management stratégique pour caractériser les décisions d'entreprises conduit à une fragmentation de cet objet de recherche. Certains de ces choix s'inscrivent en effet dans des logiques de développement de l'activité de l'entreprise alors que d'autres relèvent de démarches de réorganisation, voire de restructuration.

Les décisions de localisation à la croisée de plusieurs champs disciplinaires

Les sciences de gestion doivent donc être suppléées par l'intégration des apports d'autres disciplines qui ont considéré les décisions de localisation comme un objet de recherche à part entière (sciences économiques, géographie, sociologie, histoire notamment)[19]. Par définition, le point de vue adopté dans les travaux issus de ces champs disciplinaires n'est pas réellement celui de la gestion des entreprises. La prise en compte de ces travaux nécessite donc souvent une certaine dose de gymnastique intellectuelle afin de percevoir leurs implications pour les décideurs en entreprise.

La revue pluri-disciplinaire de la littérature proposée dans la partie 1 à partir du chapitre 2 ambitionne donc de proposer un état des connaissances sur le sujet replacé dans une

[19] Il est à noter que, au sein des sciences de gestion, le management public traite des décisions de localisation. Toutefois, le point de vue adopté n'est pas celui des entreprises mais plutôt celui des collectivités territoriales qui cherchent, au travers de la mise en place d'un « marketing territorial » (Girard, 1997, 1998) voire de véritables stratégies globales d'attraction (Méchin, 2001 ; Méchin-Delabarre, 2004) à influer sur leurs choix. Les travaux produits se rapprochent en cela de ceux des économistes ou des géographes, plus préoccupés de produire des prescriptions à destination des acteurs publics qu'à l'attention des directions d'entreprises , voir chapitre 1, partie 1, section 1.2.4.

perspective gestionnaire. Toutefois, cette revue nécessite, au préalable, une définition de l'objet de la recherche et des termes qui y sont employés plus précise que celle qui a été esquissée dans cette présentation introductive (partie 1, chapitre 1).

PARTIE 1 : LA COMPREHENSION DES DECISIONS DE LOCALISATION ET DE LEURS DETERMINANTS

Présentation de la partie

L'introduction a permis de souligner la nécessité qu'il y avait à définir de manière précise l'objet de cette recherche tant celui-ci est peu familier, en tant que tel, aux sciences de gestion. Une définition détaillée de cet objet et de ses enjeux, pour les entreprises comme pour les pouvoirs publics, est donc proposée dans un premier temps (chapitre 1).

Ce premier chapitre permet de signaler le caractère trans-disciplinaire de cette thématique de recherche. Les travaux, tant théoriques qu'empiriques, réalisés en sciences économiques et en géographie en vue d'identifier les déterminants des décisions de localisation des entreprises sont donc présentés dans un premier temps (chapitre 2). L'émergence de cadres conceptuels alternatifs permettant de mieux appréhender les mécanismes conduisant à la décision de localisation en situation d'incertitude est ensuite signalée (chapitre 3).
Ces cadres conceptuels ont fait l'objet de vérifications empiriques récentes, en particulier dans le domaine du management stratégique, qui ouvrent de nouvelles perspectives de recherche (chapitre 4).
L'adoption d'une approche gestionnaire de ce type de situation de décision se heurte toutefois aux difficultés qu'éprouvent les chercheurs à mettre en relation choix de localisation et niveau de performance des entreprises (chapitre 5).

Chapitre 1 : Définition et enjeux des décisions de localisation

Présentation du chapitre

L'objet de ce premier chapitre est de proposer une définition aussi précise que possible de l'objet de la recherche et de ses enjeux, en particulier pour les entreprises.

Les différents éléments de cette définition sont présentés dans un premier temps (1.1.1. et 1.1.2.).
Les relations existant entre les décisions de localisation, au sens où nous les entendons, et d'une part les opérations de croissance interne et, d'autre part, les délocalisations sont ensuite précisées (1.1.3.).
Ces précisions permettent de proposer une définition complète de ce qui est désigné, dans le cadre de cette thèse, sous l'appellation de « décisions de localisation » avant que les spécificités de cette catégorie de décisions d'entreprises ne soient évoquées (1.1.4.).

L'angle sous lequel les enjeux de ces décisions sont traditionnellement appréhendés par les milieux académiques est ensuite précisé ainsi que les conséquences de l'adoption de ce point de vue sur les recherches produites sur cette thématique (1.2.).

1.1. Le choix d'une définition étroite des décisions de localisation et la délimitation du champ de la recherche

Le thème de l'étude des décisions de localisation d'entreprises a été peu abordé par les sciences de gestion. En conséquence, une définition préalable du sens précis donné à cette expression dans le cadre de la présente thèse est, comme cela a été entrevu en introduction, indispensable à la délimitation du champ étudié.

La notion de décision ne pose en elle-même guère de difficultés. De manière très générale, une décision peut être définie comme un engagement à l'action. Il convient ensuite de préciser la nature spécifique des actions désignées par l'expression "décisions de localisation". La combinaison de ces deux termes soulève en effet plusieurs interrogations et ambiguïtés.

Le terme même de localisation est par nature polysémique. Ainsi, pour Brunet et alii (1993, p. 304), il désigne à la fois l'« acte de choisir un lieu, pour exercer une activité, implanter un équipement, une demeure » et l'« emplacement (d'une ville, d'une usine, d'une activité), envisagé du point de vue de sa situation dans l'espace géographique ».

L'expression, plus précise, de « décision de localisation » correspond au premier volet de cette définition. Une décision de localisation désigne donc l'acte de choix, par une entreprise, d'un lieu géographique pour y exercer son activité, le terme de localisation employé seul désignant les positions occupées, à un moment donné, par les entreprises dans l'espace géographique.

1.1.1. Un détour préalable par les notions d'établissement et de site

Toute entreprise peut être localisée géographiquement de manière précise. Toutefois, une entreprise ne dispose pas nécessairement d'une unité géographique. Nombre d'entreprises exercent leur activité dans des lieux géographiquement distincts les uns des autres. En France, chacun de ces lieux distincts constitue un établissement de l'entreprise considérée. Les sources juridiques et administratives fournissent les définitions les plus précises et les plus opérationnelles de la notion d'établissement.

Une première définition de ce qu'est un établissement distinct peut être trouvée en droit social, la législation française du travail exigeant la création, au sein d'une même entreprise, d'un comité d'établissement dans chaque établissement distinct. La jurisprudence considère ainsi qu'est établissement distinct « celui qui comprend un groupe de salariés exerçant sous une même autorité, en un lieu indépendant, une activité caractérisée »[20]. Cette première définition demeure cependant assez vague. Elle peut être complétée par la référence au droit des sociétés. Celui-ci fournit en effet une définition plus précise de ce qu'est, au sein d'une entreprise, un établissement secondaire (c'est-à-dire un établissement autre que le siège social de l'entreprise) :

« Par établissement secondaire, il faut entendre tout établissement permanent (succursale, agence, bureau, etc.) distinct du siège social ou de l'établissement principal et dirigé par un préposé ou une personne ayant le pouvoir de lier des rapports juridiques avec les tiers »[21].

En France, chacun des établissements dont est composée une entreprise doit faire l'objet, lors de sa création, d'une inscription indépendante auprès du centre de formalités des entreprises dont il dépend. Cette inscription permet l'immatriculation du nouvel établissement dans le « Système Informatisé du Répertoire National des Entreprises et des Etablissements » (SIRENE). Cette immatriculation se traduit par l'attribution d'un numéro d'identité (ou N°

[20] Citation tirée du Mémento pratique Francis Lefebvre Social, 2000, p. 916.
[21] Décret 84-406 art. 9, al.3.

SIRET) utilisable auprès de toutes les administrations avec lesquelles l'entreprise est en relation (direction générale des impôts, URSSAF, greffe du tribunal de commerce,…).

Le fichier SIRENE est géré par l'INSEE qui définit l'établissement "comme une unité (atelier, usine, magasin, bureau, mine, entrepôt…) sise en un lieu topographiquement distinct et dans laquelle une ou plusieurs personnes travaillent pour le compte d'une même entreprise" (INSEE, 2000). Nous choisirons de retenir cette définition qui nous paraît être à la fois la plus claire, la plus générale et la plus opérationnelle.

L'établissement n'a donc pas de personnalité juridique propre. Il est caractérisé par son unité physique. A ce titre, il est la manifestation géographique de l'entreprise dont il doit être clairement distingué, une entreprise pouvant être constituée d'un ou de plusieurs établissements (Brunet et alii, 1993). L'établissement représente donc l'unité de base pour l'analyse du comportement de localisation des entreprises.

L'utilisation du terme d'établissement présente cependant quelques difficultés. Il s'agit en effet d'un faux-ami dans la langue française puisqu'il est également employé pour désigner des organisations à localisations multiples telles que les établissements bancaires ou les établissements publics.

Pour cette raison, nous préférerons employer, par la suite, le terme de site pour désigner l'unité géographique de base de l'entreprise. Etymologiquement, le mot site vient du grec sedos qui désigne un lieu, une place, un endroit. Brunet et alii (1993) définissent le site comme un « emplacement approprié défini en fonction de son usage », citant l'exemple du site industriel à l'appui de cette définition. Un site est donc bien une unité topographiquement distincte au sein d'une entreprise et peut, de ce fait, être considéré comme un équivalent, toutefois plus englobant (voir plus loin, section 1.1.3.b.), du terme établissement tel que défini par l'INSEE. En outre, c'est le terme de site qui est le plus couramment employé par les entreprises elles-même, ainsi que par leurs salariés.

1.1.2. Une catégorie de décisions d'entreprises à géometrie variable

Le détour par la définition de la notion d'établissement ou de site au sein d'une entreprise est loin d'être improductif. En effet, si le site constitue l'unité géographique de base de l'entreprise, toute définition de l'expression de "décision de localisation" doit se faire en référence à cette échelle d'analyse. Il est donc maintenant possible d'approfondir la première définition qui en a été donnée plus haut.

Cette première définition indique que, de manière générale, les décisions de localisation désignent tous les actes de choix, par les entreprises, d'un lieu géographique pour y implanter tout ou partie de leur activité. Cette définition initiale reste cependant très générale et se prête, de ce fait, à des interprétations très divergentes. Selon l'interprétation choisie, la nature et l'ampleur des phénomènes étudiés varient dans des proportions très significatives. Ainsi, Schärlig (1973, cité par Bailly et Béguin, 1993, p. 137) note qu' « un investissement sur deux, à notre époque, comporte une décision de localisation ». A l'inverse, Hayter (1997), souligne la rareté des décisions de localisation de nouvelles unités de production dans les entreprises industrielles.

Cette contradiction apparente s'explique par l'utilisation d'acceptions radicalement différentes de l'expression de décisions de localisation. Schärlig recourt à une définition large de cette notion. Il considère en effet qu'une entreprise prend une décision de localisation (Joffre et Koenig, 1985) :

- lorsqu'elle créé un nouveau site ;
- lorsqu'elle acquiert un ou plusieurs sites appartenant à une autre entreprise ;
- lorsqu'elle réalise une extension d'un de ses sites existants ;
- lorsqu'elle transfère des activités entre certains de ses sites, que ce transfert entraîne ou non la création d'un nouveau site ;
- voire même, lors de sa création, lorsqu'elle décide de sa localisation initiale.

De manière encore plus générale, une entreprise multinationale disposant de capacités de production excédentaires se trouve confrontée à une problématique de choix de localisation lorsqu'il s'agit de répartir ces capacités excédentaires entre les différentes unités de production dont elle dispose (Allouche, 1986).

Hayter adopte, quant à lui, une définition beaucoup plus étroite. Il considère en effet qu'il y a décision de localisation uniquement lors de la création de nouveaux sites par des entreprises existantes.

Dans cette recherche, nous choisirons de retenir une définition étroite, comparable à celle utilisée par Hayter, de l'expression de décisions de localisation. Dans ce cadre, une entreprise prend une décision de localisation uniquement lorsqu'elle procède à la création d'un nouveau site, par définition géographiquement distinct de ses autres composantes.

1.1.3. Le choix d'une définition étroite des décisions de localisation : Précisions et implications

Les éléments de définition qui viennent d'être donnés ne suffisent cependant pas à cerner précisément le contenu attribué à l'expression de décisions de localisation.

En effet, dans les milieux académiques comme chez les praticiens, voire même dans le grand public, la tentation est grande d'assimiler les opérations de création de nouveaux sites à une modalité particulière de la croissance interne des entreprises et la thématique des décisions de localisation d'entreprises à celle, nettement plus polémique, des décisions de délocalisation d'activités.

L'objet de cette section est de montrer qu'il s'agit là de deux raccourcis exagérément simplistes. Cette démonstration permettra de préciser la nature exacte des phénomènes qui seront désignés, dans le cadre de cette thèse, sous l'appellation de décision de localisation, pour aboutir enfin à une définition précise et complète de cette expression.

a. Les décisions de création de nouveaux sites, une forme de croissance interne ?

Dans la littérature académique, les opérations de création de nouveaux sites, notamment de sites de production industrielle, sont souvent considérées comme une forme particulière de croissance interne pour les entreprises (Schmenner, 1982 ; Hayter, 1997). La croissance interne peut être définie, de manière générale, comme une augmentation de la taille d'une entreprise par ajout de nouvelles capacités (Koenig, 1996). Le rapprochement ainsi établi entre croissance interne et décisions de création de nouveaux sites permet de souligner le caractère stratégique de ces dernières. Selon Minzberg et alii (1976, p. 246), une décision stratégique est une décision « importante du point de vue des actions entreprises, des ressources engagées et des précédents établis. » Or, pour Porter (1999), les décisions d'augmenter la capacité de production comptent parmi les décisions les plus importantes que les entreprises aient à prendre.

Néanmoins, la création d'un nouveau site peut avoir deux origines distinctes : Il peut s'agir, comme cela vient d'être signalé, de la création ex-nihilo d'une nouvelle capacité qui vient alors s'ajouter aux capacités existantes de l'entreprise considérée. Il peut également s'agir du transfert d'activités existantes de l'entreprise préalablement implantées sur un ou plusieurs de ses autres sites. Ce transfert d'activités entre sites peut être total ou partiel. Dans le premier cas, il conduit à la fermeture ou à la cession du ou des sites d'origine. Dans le second cas, l'entreprise conserve le ou les sites d'origine (Delisle et Lainé, 1998).

Or, si certaines opérations de transferts d'activités impliquent un accroissement des capacités des entreprises concernées, il n'en est pas toujours ainsi. La création d'un nouveau site ne se traduit donc pas nécessairement, pour une entreprise, par l'ajout d'une capacité supplémentaire. Considérer la création de nouveaux sites comme une modalité particulière de croissance interne constitue donc un raccourci pour le moins réducteur qui conduit à écarter de l'analyse un certain nombre d'opérations de transferts et, en conséquence, à adopter une vision tronquée de ce type de décision. Il paraît donc plus rigoureux d'aborder les décisions de création de nouveaux sites, et les décisions de localisation qu'elles comportent, sans préjuger d'emblée de leurs conséquences sur les capacités des entreprises qui les prennent.

b. Décisions de localisation et délocalisations

L'objet de cette recherche, à savoir les décisions de localisation d'entreprises, a été très fréquemment reformulé par les personnes auxquelles il a été présenté sous l'intitulé de "délocalisations d'entreprises". Ce mode de reformulation a été rencontré tant lors de discussions dans les milieux académiques qu'à l'occasion de contacts avec des praticiens. Or, ces deux expressions désignent des phénomènes différents, même s'ils se recoupent partiellement. La fréquence très élevée du rapprochement, par nos interlocuteurs, entre décisions de localisation et délocalisations souligne la nécessité qu'il y a à expliciter le plus clairement possible la nature de ces différences, encore plus que cela n'a été fait dans l'introduction générale de la thèse.

A partir du début des années quatre-vingts dix, quelques faits d'actualité devenus emblématiques (notamment la fermeture par la société Hoover de son usine d'aspirateurs de Dijon, décidée en 1993, et le transfert de son activité en Ecosse) ont consacré l'usage du terme de délocalisation dans les débats publics et dans les médias français. Depuis lors, il y apparaît de manière régulière, avec une intensité toute particulière dans la période récente. L'appropriation de ce terme par hommes politiques et journalistes lui a conféré une charge émotionnelle qui constitue un obstacle à une définition précise de la réalité (ou plus exactement, des réalités) qu'il recouvre.

De manière très générale, le rapport rédigée en 1993 sur ce thème par le sénateur Jean Arthuis indique que « la délocalisation des activités…consiste à séparer les lieux (ou pays) de production et les lieux (ou pays) de consommation » (Arthuis, 1993, p. 21). Pour la DREE (Direction des Relations Economiques Extérieures), « une délocalisation consiste en un transfert d'activités économique du territoire national vers le territoire d'un autre pays » (in Tapia, 1995, p. 5).

Ces deux définitions indiquent qu'au mot « délocalisation » est attribué un sens à la fois très étroit et très large :

Très étroit puisque ce terme est généralement employé (souvent de manière implicite) pour désigner le transfert, par des entreprises, d'activités de production industrielle de leur pays d'origine vers un pays étranger, souvent à coûts de main d'œuvre relativement plus faibles, avec réimportation de la production vers leur pays d'origine (Arthuis, 1993, Lahille, 1995) . Hors du monde de l'entreprise privée et à une échelle géographique différente, ce terme a également été utilisé pour désigner les transferts, décidés par l'Etat français à partir de 1991, de certaines administrations ou entreprises publiques de Paris vers de grandes villes de Province (Brunet et alii, 1993, Inisan et Saint Raymond, 1996).

Très large puisque les formes que prennent ces transferts, par les entreprises, d'activités de production industrielle à l'échelle internationale sont extrêmement variées.

Tapia (1995) distingue ainsi les délocalisations avec apports de capitaux de la part de l'entreprise concernée des délocalisations sans apports de capitaux. Selon elle, seule la première catégorie devrait être incluse dans une définition stricte des délocalisations. Dans les faits, l'appellation de délocalisation recouvre bien souvent les deux catégories d'opérations. C'est notamment l'approche adoptée par le sénateur Arthuis (Arthuis, 1993).

Les délocalisations avec apports de capitaux comprennent les créations, par les entreprises, de filiales locales en pleine propriété, les créations de filiales conjointes avec une ou plusieurs autres entreprises ainsi que les opérations de rachat et de prises de participation dans des entreprises étrangères ; bref, l'ensemble des modalités de l'investissement direct à l'étranger.

Les délocalisations sans apports de capitaux recouvrent quant à elles les accords de sous-traitance et les accords de licence conclus avec des entreprises étrangères, toujours en vue d'une réimportation de la production.

Tableau 1.1 : Formes de la délocalisation et créations de nouveaux sites

Principales catégories d'opérations de délocalisation	Modalités pratiques	Correspondance avec les opérations de création de nouveaux sites
Avec apport de capitaux (délocalisations au sens strict)	Création d'une filiale locale détenue à 100%	Création par l'entreprise, d'un nouveau site
	Création d'une filiale locale détenue conjointement avec une ou plusieurs autres entreprises	Pas de création de nouveau site
	Rachat d'une entreprise étrangère	
	Prise de participation dans une entreprise étrangère	
Sans apport de capitaux (délocalisations au sens large)	Accord de sous-traitance	
	Accord de licence	

Source : Adapté de Tapia (1995).

Dans cet inventaire, seules les créations de filiales locales en pleine propriété et une partie des créations de filiales conjointes entraînent la création d'un nouveau site par l'entreprise concernée. Ce sont donc les seules modalités de la délocalisation d'activités qui impliquent la prise de décisions de localisation au sens où elles sont définies dans le cadre de cette recherche. D'autre part, toutes les décisions de créations de nouveaux sites à l'international par des entreprises industrielles ne répondent pas à une stratégie de délocalisation, c'est-à-dire de transfert, par une entreprise, d'activités de production hors de son pays d'origine avec réimportation ultérieure de la production.

En somme, toute opération de délocalisation n'implique pas la création d'un nouveau site et, inversement, toute création, par une entreprise, d'un nouveau site de production industrielle à l'international ne s'inscrit pas dans le cadre d'une stratégie de délocalisation, au sens commun du terme.

Les décisions de localisation, au sens strict du terme, et les délocalisations d'activités sont donc des phénomènes différents. Il convient en conséquence d'insister encore une fois sur le fait que cette thèse n'est pas une recherche sur les délocalisations en tant que telles. Dans certains cas bien précis, la création par une entreprise d'une nouvelle usine hors de son pays d'origine peut cependant s'inscrire dans le cadre d'une logique de délocalisation telle qu'elle a été définie plus haut. Nous préférerons toutefois considérer ces cas comme une catégorie spécifique d'opérations de transferts d'activités et limiter, autant que faire se peut, l'emploi du terme de délocalisation.

En effet, étymologiquement, « délocaliser » signifie priver de lieu. En ce sens, ce terme devrait n'être employé que pour les cas où une activité est totalement indépendante de tout lieu géographique (Inisan et Saint Raymond, 1996). Or, dans son sens commun, la délocalisation n'ôte pas toute localisation géographique aux activités concernées. Elle consiste simplement à les déplacer d'une localisation antérieure vers une autre localisation, nouvelle celle-là.

Du fait de cette ambiguïté et en raison de la forte charge émotionnelle et morale qu'il véhicule, Brunet et alii (1993) recommandent d'éviter l'emploi du mot délocalisation.

Ce passage par le thème des délocalisations permet d'apporter une précision importante par rapport à la définition de l'expression de décisions de localisation donnée plus haut. En effet, l'énumération des formes prises par la délocalisation et présentées dans le tableau 1.1 permet de constater que les nouveaux sites créés et implantés par des entreprises industrielles hors de leur pays d'origine ont généralement le statut de filiale, entité juridiquement distincte de la société-mère. De plus, la filiale ainsi créée peut être détenue à 100% par l'entreprise concernée ou conjointement avec une ou plusieurs autres entreprises.

En conséquence, une entreprise donnée prend une décision de localisation, au sens étroit, lorsqu'elle créé un nouveau site, que le site ainsi créé ait statut de filiale à 100% de l'entreprise, de filiale conjointe (pourvu que l'entreprise considérée en conserve le contrôle effectif) ou d'établissement sans personnalité juridique propre.

Cette précision renforce la pertinence de l'emploi, dans la définition du sens donné à l'expression « décisions de localisation », du terme de site de préférence à celui d'établissement. En effet, l'établissement, s'il constitue une entité géographiquement autonome au sein d'une entreprise, ne dispose en revanche pas d'une personnalité juridique propre. Se cantonner aux choix de localisation des seuls nouveaux établissements conduirait donc à exclure de l'analyse la plupart des décisions de localisation prises à l'échelle internationale.

Nous désignerons donc, dans le cadre de cette recherche, par l'expression « décision de localisation » tout choix, par une entreprise, d'un lieu d'implantation pour un nouveau site, géographiquement distinct de ses sites existants. Cette décision de localisation peut s'inscrire, soit dans le cadre du transfert d'activité(s) depuis un ou plusieurs sites existants de l'entreprise concernée, soit dans le cadre de la création ex-nihilo d'une nouvelle capacité. Par ailleurs, le site nouvellement créé peut avoir le statut d'établissement sans

personnalité juridique propre au sein de l'entreprise, de filiale en pleine propriété ou de filiale détenue conjointement avec d'autres entreprises.

1.1.4. Les caractéristiques spécifiques des décisions de création de nouveaux sites

Le choix d'une définition étroite de l'expression de décisions de localisation ne peut se justifier que par l'existence de caractéristiques propres aux décisions de création de nouveaux sites qui les distinguent des autres décisions d'entreprises à caractère spatial (Joffre et Koenig, 1985). Du point de vue des entreprises, ces caractéristiques sont au nombre de trois.

a. Des décisions d'engagement de ressources à caractère explicitement géographique

En premier lieu, la décision de créer un nouveau site constitue une décision d'engagement de ressources (matérielles, financières, humaines) à caractère explicitement géographique. L'emploi de l'adverbe explicitement est ici primordial. Il exprime le fait que la question de la localisation géographique du nouveau site fait l'objet d'une réflexion spécifique qui débouche sur le choix délibéré par l'entreprise d'un lieu d'implantation précis.

Il faut cependant garder à l'esprit le fait que la décision de localisation n'est pas, en elle-même, une décision d'engagement de ressources. Elle n'en constitue que l'un des aspects, à savoir le choix du lieu dans lequel l'entreprise réalise l'engagement de ressources que représente pour elle l'ouverture d'un nouveau site. A titre d'exemple, il est possible d'envisager le création d'une nouvelle usine par une entreprise industrielle comme une décision d'investissement. Dans ce cadre, la décision de localisation consiste simplement dans le choix du lieu d'implantation de ce nouvel investissement. La décision de localisation d'une nouvelle usine n'est donc qu'un des aspects d'une décision d'investissement plus large dans laquelle elle s'insère (Hayter, 1997). Cette décision d'investissement comprend également le choix de la taille de la nouvelle usine, du nombre et de la nature des biens qui y seront produits, de la technique de production utilisée, de la nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site (construction, achat ou location)…

Toute création d'un nouveau site par une entreprise, quelle qu'en soit l'origine, correspond donc à une décision de localisation discrète. Ce n'est pas le cas, du moins pas de manière systématique, pour les autres décisions à caractère spatial de l'entreprise. Il s'agit donc bien d'une caractéristique spécifique aux décisions de créations de nouveaux sites. Elle permet notamment de les distinguer des décisions d'acquisition. L'acquisition d'une entreprise A par une entreprise B a également pour conséquence d'augmenter le nombre de sites

contrôlés par l'entreprise B. Cependant, dans ce cas, d'autres facteurs, tels que la volonté de l'entreprise A de se laisser racheter par l'entreprise B ou, plus simplement, le rapport entre les moyens financiers mobilisables par A et les montants nécessaires pour prendre le contrôle de B, guident le choix de la cible de l'opération d'acquisition. La localisation des sites de l'entreprise-cible n'est prise en compte par l'entreprise acquéreuse que de manière marginale, lorsqu'elle l'est (Greve, 2000). Il paraît en conséquence difficile de considérer que les opérations d'acquisition d'entreprises existantes correspondent à des décisions de localisation discrètes.

b. L'entreprise confrontée à un nouvel environnement local

En partant de la définition de la notion de site, il est possible d'affirmer que toute création d'un nouveau site se traduit, pour l'entreprise concernée, à la fois :

- par l'occupation d'une portion nouvelle de l'espace physique ;
- et par la création d'une disjonction géographique en son sein puisque le site nouvellement créé est, par définition, géographiquement distinct des autres sites dans lesquels s'exerce son activité.

L'extension, par une entreprise, d'un de ses sites existants se traduit également par l'occupation, par l'entreprise en question, d'une portion nouvelle de l'espace physique. Néanmoins, dans le cas de l'extension, la portion d'espace nouvellement occupée est mitoyenne avec un site préexistant. C'est donc la conjonction des deux caractéristiques citées ci-dessus qui permet de distinguer les décisions de création de nouveaux sites des décisions d'extension de sites existants.

Ces caractéristiques signalent en outre que, suite à la création d'un nouveau site, l'entreprise se trouve confrontée à un environnement local différent, nouveau pour elle en tant qu'organisation. Un environnement dans lequel le nouveau site devra "vivre" (Joffre et Koenig, 1985), c'est-à-dire fonctionner dans les meilleures conditions possibles. Le degré de nouveauté de l'environnement local du nouveau site est cependant très variable selon les cas. En effet, une entreprise qui transfère une activité sur un nouveau site situé à quelques dizaines de mètres du site d'origine du transfert fera face, sur ce nouveau site, à un environnement beaucoup moins nouveau pour elle que celle qui implante son premier site dans un pays étranger. Il n'en demeure pas moins que la nouveauté, pour l'entreprise, de l'environnement local constitue une caractéristique distinctive commune à toutes les décisions de création de nouveaux sites.

1.2. Les enjeux des décisions de localisation : La mise en avant du point de vue des acteurs publics

1.2.1. La métaphore du marché de l'implantation

D'après la définition qui vient d'en être donnée, toute décision de création d'un nouveau site se traduit donc par la rencontre entre une entreprise et un lieu géographique spécifique nouveau pour elle. En ce sens, elle constitue également la rencontre de deux volontés : d'une part celle de l'entreprise qui souhaite trouver un lieu d'implantation susceptible d'accueillir son nouveau site et, d'autre part, celle de pouvoirs publics désireux d'infléchir la logique privée de cette entreprise afin de l'amener à implanter son nouveau site dans un lieu géographique où cette implantation produira le maximum de bénéfices pour la collectivité.

Texier et Valla (1992) évoquent à ce sujet l'existence d'un « marché de l'implantation » sur lequel se rencontreraient une demande émanant d'entreprises à la recherche de lieux d'implantation pour leurs nouveaux sites et une « offre de sites » (l'expression est de Jayet, 1993) émanant d'acteurs publics (Union Européenne, Etat, collectivités locales) et parapublics de natures diverses. Méchin (2001, p. 26) définit le marché de l'implantation comme « le lieu de rencontre entre, d'une part, une demande entrepreneuriale de biens et services urbains permettant de créer, de reprendre, de réactiver ou encore de transférer un établissement, et d'autre part, une offre urbaine ayant pour objet d'attirer et d'ancrer les entrepreneurs ».

Dans ce cadre, la décision de localisation par une entreprise, d'un nouveau site, peut être assimilée à une décision d'achat dans laquelle le bien acheté serait non pas simplement un lieu d'implantation au sens physique du terme, mais également son environnement local avec ses caractéristiques propres (Girard, 1998).

Les caractéristiques locales susceptibles de conduire une entreprise à s'implanter en un lieu géographique particulier et qui constituent les différentes composantes de cette « offre de site » ne dépendent pas toutes, loin s'en faut, de la volonté des acteurs publics. Toutefois, la spécificité des acteurs publics, qu'il s'agisse d'élus ou de représentants d'administrations, est que leurs compétences sont géographiquement circonscrites. Autrement dit leurs responsabilités et, par là même, leur autorité sont définies en référence à une aire géographique (ou territoire) particulière. Il peut s'agir, suivant les cas, de l'Union Européenne, du territoire français, de celui d'une région, d'un département ou encore d'une commune.

Quoi qu'il en soit, cette spécificité distingue les acteurs publics de tous les autres acteurs, et en particulier des entreprises, dont l'activité n'est, dans le cas général, pas géographiquement circonscrite *a priori*. La conséquence de cette spécificité est que le développement économique du territoire dont ils ont la charge fait partie, en tant que tel, des objectifs des acteurs publics. Ils vont donc agir intentionnellement sur les caractéristiques locales propres à ce territoire dans la perspective de stimuler son développement économique. De ce fait, les pouvoirs publics et leurs émanations (notamment les divers agences et organismes chargés de la promotion des territoires, en particulier auprès des entreprises) peuvent être considérés comme les principaux acteurs de l'offre sur le marché de l'implantation.

De manière générale, les acteurs publics cherchent donc à infléchir les logiques de localisation des entreprises dans un sens qui soit favorable à l'ensemble de la collectivité dont ils ont la charge. Cependant, la nature des acteurs publics concernés ainsi que l'arsenal des moyens d'action utilisés à cette fin ont sensiblement évolué au cours du temps.

1.2.2. Acteurs et outils des politiques d'attraction des entreprises

Dans les pays développés, les pouvoirs publics ont commencé à se préoccuper de manière systématique des décisions de localisation d'entreprises après la seconde guerre mondiale, dans le cadre de la mise en place de politiques régionales explicites (Hayter, 1997).

Durant toute la période de forte croissance économique qui a suivi le second conflit mondial, les politiques régionales ou, pour reprendre leur qualificatif français (Huron, 1998), les politiques d'aménagement du territoire sont restées, en France mais également dans nombre de pays développés, la prérogative exclusive de l'Etat national et des administrations centrales (Fischer, 1994). L'objectif gouvernemental était alors d'assurer une répartition régionale des fruits de la croissance aussi équitable que possible et d'éviter le développement de déséquilibres trop importants au sein du territoire national. Dans cette perspective, il s'agissait d'attirer les entreprises dans des aires géographiques où leur implantation produirait le maximum de bénéfices pour l'ensemble de la collectivité nationale (Fischer, 1994). Pour ce faire, les Etats nationaux, et en particulier l'Etat français, ont recouru à des mesures d'incitation mais également à des mesures dirigistes afin d'amener les entreprises à créer de nouveaux sites dans certaines régions jugées défavorisées et désignées, de ce fait, comme prioritaires.

Cet objectif général et la politique nationale d'Aménagement du Territoire demeurent aujourd'hui. Cependant, depuis une vingtaine d'années, les collectivités locales y ont pris, dans la plupart des pays développés, une part de plus en plus active. En France, le rôle des diverses collectivités locales n'a cessé de croître depuis les lois de décentralisation de 1982 (Huron, 1998).

Le fait que les collectivités locales soient aujourd'hui des acteurs majeurs de la politique d'aménagement du territoire ne va cependant pas sans difficultés. En effet, la plupart d'entre elles cherchent à attirer en priorité le même type d'entreprises et d'activités sur leur territoire (Texier et Valla, 1992) . Cela donne parfois lieu à une concurrence territoriale acharnée, les entreprises qui souhaitent implanter un nouveau site étant courtisées par différentes collectivités locales à coups de subventions et autres avantages en nature. Un exemple particulièrement frappant de cette concurrence entre territoires est fourni pas l'implantation aux Etats-Unis, dans les années 1980 et 1990, de nouvelles usines par des constructeurs automobiles européens et japonais, implantations que différents Etats se sont âprement disputées (Hayter, 1997).

Parallèlement, les moyens utilisés tant par les collectivités locales que par les Etats nationaux pour influencer les choix de localisation des entreprises se sont modifiés. Les mesures dirigistes ont disparu, cédant la place aux seules mesures incitatives. Ces mesures incitatives peuvent être directes. Dans ce cas, elles se présentent sous la forme d'aides à l'implantation octroyées sous forme monétaires ou non aux entreprises choisissant de créer un nouveau site dans certaines aires géographiques particulières. Elles peuvent également être indirectes. Elles visent alors à mettre en place, en particulier au travers de la construction de nouvelles infrastructures (équipements de transports, établissements d'enseignement supérieur, Zones Industrielles, Technopôles…), un environnement socio-économique local qui soit le plus attractif possible pour les entreprises.

1.2.3. Les décisions de localisation d'entreprises au cœur des stratégies des acteurs publics

Quels que soit l'époque et l'échelon administratif considérés, l'attraction d'entreprises nouvelles demeure au cœur des politiques de développement économique des différents acteurs publics. L'importance accordée par les pouvoirs publics, qu'ils soient nationaux, locaux ou supranationaux, à l'implantation d'entreprises extérieures dans leur territoire de compétence peut sembler surprenante à première vue. En effet, il ne s'agit pas de la seule

source de croissance de l'activité économique et du nombre d'emplois dans une aire géographique donnée. Cette croissance économique peut également provenir, d'une part, du développement des activités des entreprises qui sont déjà présentes dans ladite aire géographique et, d'autre part, de la création, localement, de nouvelles entreprises (Texier et Valla, 1992).

L'implantation d'une nouvelle entreprise présente cependant des avantages indéniables par rapport à ces formes de développement plus endogènes de l'activité économique privée.

En premier lieu, elle produit des bénéfices considérables pour la collectivité concernée. Ces bénéfices prennent la forme de recettes fiscales supplémentaires (par exemple, en France, au travers de la taxe professionnelle perçue par les communes), mais aussi de créations d'emplois nouveaux à l'échelle locale soit directement par l'entreprise qui crée le nouveau site, soit indirectement, par exemple au travers du recours, par cette entreprise, à des sous-traitants locaux. De fait, l'implantation de nouveaux sites de taille importante est susceptible d'avoir des effets d'entraînement conséquents sur l'économie et l'emploi à l'échelle locale.

De plus, l'attraction d'entreprises nouvelles permet de palier le déclin de certaines activités en suscitant ou en renforçant la présence locale de secteurs d'avenir, mais également de favoriser la diversification du tissu économique local afin d'atténuer les effets des difficultés conjoncturelles pouvant affecter certains secteurs d'activité particuliers.

Enfin, et ce n'est pas là le moindre des arguments, les décisions de localisation de nouveaux sites, surtout lorsqu'elles sont le fait de grandes entreprises internationales et concernent des investissements importants, présentent l'avantage d'avoir un retentissement médiatique considérable. A ce titre, elles constituent des arguments électoraux de poids pour des élus locaux dont l'avenir politique dépend de plus en plus, dans un contexte de décentralisation croissante des responsabilités, de la santé économique et, plus particulièrement, du taux de chômage de leur circonscription (Huron, 1998).

On comprend dés lors l'intérêt qu'il y a pour les acteurs publics, et en particulier, dans le contexte actuel, pour les collectivités locales, de disposer de politiques d'attractions des entreprises efficaces.

Or, la capacité des mesures utilisées dans le cadre de ces politiques à influencer les choix de nouvelles localisations par les entreprises demeure très incertaine. Cela était déjà le cas pour les mesures dirigistes des « Trentes glorieuses ». Fischer (1994) cite ainsi l'exemple

de l'unité de production de Ford que la DATAR souhaitait voir s'implanter à la fin des années 60 dans les Ardennes, alors confrontées à d'importantes difficultés économiques. Malgré les pressions de l'Etat Français, Ford choisit finalement d'implanter sa nouvelle usine à Bordeaux. La question de l'efficacité des mesures d'attraction des entreprises est d'autant plus centrale dans le contexte actuel que la panoplie des moyens d'action à la disposition, notamment, des collectivités locales, s'est considérablement élargie et que ces mesures (fiscales, immobilières…) n'ont qu'un pouvoir incitatif souvent très indirect sur les décisions de localisation. Une efficacité accrue des politiques d'attraction des entreprises passe par le recours à des instruments mieux adaptés aux besoins et aux attentes des entreprises. Le conception de tels instruments nécessite donc, au préalable, une meilleure compréhension de ces besoins et attentes , c'est-à-dire une meilleure compréhension des décisions de localisation des entreprises et de ce qui les motive.

1.2.4. Les conséquences de l'adoption du point de vue des acteurs publics sur la littérature académique

La littérature académique consacrée aux décisions de localisation s'est donc principalement structurée autour de cette volonté des pouvoirs publics de concevoir des politiques efficaces d'attraction des entreprises. L'adoption de ce point de vue a façonné les approches académiques des décisions de localisation d'entreprises. En premier lieu, elle a déterminé les champs disciplinaires qui se sont le plus intéressés à cette thématique.

a. Un sujet d'étude dévolu aux économistes et aux géographes

En matière de recherche académique, deux disciplines ont plus particulièrement étudié les choix de localisation d'entreprises : Les sciences économiques et la géographie. Elles ont en effet produit, notamment durant ces vingt dernières années, de nombreux travaux de recherche, théoriques et empiriques, visant à identifier les facteurs déterminants de ces choix de localisation. L'objectif commun de ces travaux est donc d'apporter des éléments de réponse à la question générale « pourquoi ici (et pas ailleurs) ? » (Polèse, 1995). Il ne s'agit d'ailleurs pas de leur seul point commun. De fait, la convergence entre les travaux de recherche réalisés par économistes et géographes sur les questions de localisation est telle qu'elle s'est traduite par la création d'un domaine transdisciplinaire (Coffey, 1992) : l'économie ou science régionale. L'économie régionale est née de la rencontre entre, d'une part, l'insatisfaction des géographes face au manque d'outils d'analyse des comportements économiques spatiaux et, d'autre part, la frustration des économistes spatiaux face à la

négligence continue de l'espace par les économistes du *mainstream*. Coffey (1992) date la genèse de l'économie régionale de 1954 lorsqu'a été fondée, sous l'impulsion notamment de Walter Isard, la « regional science association ». Ce nouveau domaine de recherche se donne pour objet l'analyse des comportements économiques dans l'espace et, en particulier, celle des choix de localisation des activités économiques.

En conséquence, il devient difficile, aujourd'hui, de distinguer les recherches sur la localisation issues de la science régionale, de l'économie ou de la géographie (Coffey, 1992). Maintenir une séparation stricte entre les travaux des économistes et ceux des géographes sur ce thème serait donc particulièrement artificiel.

Marquée par ses origines économiques, la science régionale cherche avant tout à dégager des lois économiques générales permettant d'expliquer les choix de localisation des entreprises. Il faut cependant souligner l'orientation plus empirique de cette discipline qui la distingue des modèles économiques visant à générer des théories cohérentes et d'application générale de la localisation (Blaug, 1996). Or, cette orientation empirique a pour destinataires privilégiés, pour ne pas dire uniques, les acteurs publics en charge de l'offre sur le marché de l'implantation. Pour Coffey (1992), en améliorant la compréhension des choix de localisation observés et des facteurs qui les sous-tendent, les chercheurs en science régionale visent à contribuer à la formulation de politiques destinées à résoudre les problèmes spatiaux. Rallet et Torre (1995), quant à eux, relient directement, le renouveau, constaté depuis une vingtaine d'années, de l'intérêt académique pour les questions de localisation, à l'essor des politiques de décentralisation. Ce renouveau viserait ainsi à fournir des instruments économiques permettant l'évaluation et, *in fine*, l'amélioration, des politiques d'attraction des entreprises mises en œuvre par les collectivités locales (Rallet et Torre, 1995).

De fait, toutes les recherches empiriques récentes sur ce thème se traduisent par des prescriptions à destination des acteurs publics. Les prescriptions à destination des directions d'entreprises, lorsqu'elles existent (Hayter, 1997), ne sont bien souvent qu'incidentes et d'une portée pratique toute relative.

Par un curieux effet de mimétisme avec les sciences économiques, les sciences de gestion se sont construites sur la base de cadres analytiques a-spatiaux (Joffre et Koenig, 1985). Encore aujourd'hui, elles continuent, pour l'essentiel, d'ignorer l'insertion de l'entreprise dans son environnement géographique. De ce fait, l'étude des choix de nouvelles localisations, en tant que catégorie de décisions d'entreprises singulières, n'a fait l'objet que d'un intérêt limité et parcellaire de la part des chercheurs de ce champ disciplinaire. La

localisation commerciale a ainsi suscité quelque attention en marketing. Par ailleurs, nombre de travaux récents sur ce thème sont le fait de spécialistes en management public. Ceux-ci se proposent d'étudier les caractéristiques spécifiques à la gestion des organisations publiques. A ce titre, ils visent également à la production de prescriptions à destination des collectivités publiques et privilégient donc le point de vue de l'offre sur le marché de l'implantation.

b. Un traitement parcellaire de la thématique de la localisation

Ces orientations disciplinaires s'accompagnent de biais dans le champ d'analyse. Les recherches académiques, qu'elles soient théoriques ou empiriques, ont en effet concentré l'essentiel de leur attention sur des décisions de localisation d'entreprises présentant des caractéristiques bien particulières. Cette partialité dans l'attention que le monde académique accorde aux décisions de localisation reflète à son tour la sélectivité de l'intérêt que les acteurs publics (états ou collectivités locales) prêtent à cette catégorie de décisions. De longue date, chercheurs et acteurs publics se sont intéressés de manière prioritaire aux décisions de localisation de nouvelles usines sur de longues distances.

Les décisions de localisation de nouvelles usines

La vaste majorité des recherches théoriques et empiriques produites sur le sujet concernent la localisation de nouvelles unités de production industrielle. Comme l'indique Aydalot (1985, p. 67), lorsque l'on parle de choix de localisation, « on parle souvent, sans le dire, d'usines ».

L'attention accordée aux sites de production industrielle découle tout d'abord d'un constat récurrent : celui du caractère très sélectif et inégalitaire des choix de localisation de ces activités. Depuis le dix-neuvième siècle, les activités industrielles tendent en effet à se concentrer dans certaines aires géographiques particulières au détriment d'autres qui se trouvent de ce fait économiquement marginalisées.

De plus, les activités industrielles sont considérées, notamment sur la base des travaux de François Perroux (1961), comme celles qui ont les effets d'entraînement les plus puissants sur l'économie de la région où elles sont implantées. Les décisions de localisation de nouvelles usines sont donc supposées être les plus créatrices, directement ou indirectement, d'emplois nouveaux à l'échelle locale.

Plus récemment, l'attention s'est élargie aux choix de localisation d'activités de haute technologie (activités de production dans les secteurs de la micro-électronique, de l'informatique, des biotechnologies, mais aussi activités de recherche et développement, y

compris au sein d'entreprises de secteurs plus traditionnels) dont on attend des effets d'entraînement similaires sur les économies régionales (Fischer, 1994).

Les mouvements lointains

Les recherches existantes tendent en outre à se concentrer sur les décisions de localisation ayant la portée géographique la plus grande c'est-à-dire sur les choix de lieux d'implantation à l'échelle interurbaine, inter-régionale voire internationale (Polèse, 1994). Une part importante de cette littérature s'intéresse ainsi à la localisation, par les entreprises, de nouvelles usines dans des pays autres que leur pays d'origine (Hayter, 1997). Cette concentration sur les mouvements lointains découle directement de la volonté de produire des prescriptions à destination des collectivités territoriales, nationales ou locales. En effet, ce qui intéresse ces collectivités c'est, par l'intermédiaire de leur politique d'attraction, d'attirer des entreprises nouvelles qui n'étaient pas, au préalable, implantées dans le territoire dont elles ont la charge.

Pourtant, il est frappant de constater le contraste qui existe entre, d'un côté, le nombre conséquent de travaux académiques consacrés à ces mouvements lointain et, de l'autre la faiblesse du nombre de ces mouvements. Ce nombre est faible dans l'absolu. Il l'est également en proportion par rapport aux décisions de localisation sur de faibles distances (Texier et Valla, 1992 ; Delisle et Lainé, 1998, Chanteau, 2001).

En guise de synthèse

Une définition étroite des décisions de localisation a donc été retenue dans cette recherche. Elle inclut uniquement les choix, par les entreprises, des lieux d'implantation de leurs nouveaux sites, que ces choix interviennent dans le cadre d'opérations de transferts géographiques d'activités existantes ou dans le cadre d'opérations de création de nouvelles capacités.
Sans qu'il existe de disjonction complète entre ces différentes notions, l'objet de la recherche se distingue donc nettement des opérations de croissance interne et des opérations de délocalisation avec lesquelles il tend à être assimilé.
Dans le cadre de la définition adoptée, la spécificité des décisions de localisation réside à la fois dans le fait qu'elles créent une disjonction géographique au sein de l'entreprise et qu'elles mettent cette dernière en contact avec un environnement local nouveau.

Les enjeux propres à ce type de décision ne sont traditionnellement abordés par la littérature que du point de vue des acteurs publics, principaux responsables de l'offre d'implantation. De ce fait, ce sont avant tout les économistes et les géographes qui se sont appropriés cette thématique. En outre, les recherches académiques ont concentré leur attention sur les décisions de localisation ayant les conséquences potentielles les plus importantes sur l'emploi et le développement économique à l'échelle locale, en premier lieu celles concernant de nouvelles unités de production industrielle.

Chapitre 2 : Les approches d'inspiration économique des choix de localisation d'entreprises – Des tentatives de réponse à la question « pourquoi là ? »

Présentation du chapitre

Les travaux sur les décisions de localisation d'entreprises trouvent leur inspiration première dans les recherches réalisées par les économistes pour mettre à jour les déterminants de ces décisions, recherches dont les géographes se sont largement inspirés. De fait, la frontière entre les travaux issus de ces deux champs disciplinaires est, sur cette thématique, particulièrement poreuse. Les grandes lignes de partage sont plutôt d'ordre méthodologique. Il est ainsi possible de distinguer :

Des travaux purement conceptuels cherchant à dégager, au travers de démarches hypothético-déductives, des lois d'application générale pour rendre compte des logiques économiques sous-jacentes aux phénomènes observés d'agglomération des entreprises et de leurs activités dans l'espace géographique (2.1.).

Des travaux apportant, à partir d'une démarche empirico-inductive, une interprétation plus socio-économique de ces phénomènes d'agglomération (2.2.).

Des recherches et études empiriques aux fondements théoriques plus ou moins solides visant à identifier les facteurs de localisation qui guident, dans les faits, les entreprises dans leurs choix de nouvelles localisations (2.3.).

Lorsqu'une entreprise crée un nouveau site, elle procède donc au choix conscient et délibéré d'un lieu géographique bien défini pour l'implanter. La prise d'une telle décision de localisation implique que le ou les décideurs aient été en mesure, au préalable, de différencier l'espace géographique afin d'établir un ordre de préférence dans l'ensemble des lieux géographiques à leur disposition. Pour comprendre comment cette décision s'est construite, il convient donc de discerner la manière dont les acteurs en entreprise appréhendent l'espace géographique et l'intègrent dans leur raisonnement. Dans cette perspective, les sciences de gestion ne sont pas d'un grand secours puisqu'elles occultent largement l'insertion de l'entreprise dans son environnement spatial (Joffre et Koenig, 1985). Il faut dés lors s'en remettre à d'autres champs disciplinaires. La géographie semble *a priori* la mieux indiquée pour palier les lacunes des gestionnaires puisqu'elle peut se définir comme une science des localisations visant à expliquer les distributions spatialisées (Bailly et Béguin, 1993). Ce ne sont pourtant pas les géographes qui ont été les premiers à s'intéresser à l'appréhension de l'espace par les entreprises, mais les économistes. Ceux-ci se sont attachés à définir les

variables qui différencient l'espace géographique aux yeux des entreprises et qui, à ce titre, influent les plus fortement sur leurs choix de localisation.

L'identification des facteurs explicatifs des choix de localisation des entreprises a fait l'objet d'une littérature abondante en sciences économiques, essentiellement consacrée à la question de la localisation des sites de production industrielle. A l'origine de l'intérêt des économistes pour cette thématique se trouve un double constat empirique :

Tout d'abord, comme tout un chacun peut le constater depuis la Révolution Industrielle, les activités de production industrielle sont très sélectives dans leurs choix de localisation (Krugman, 1991a). Il en résulte une répartition très inégale de ces activités dans l'espace géographique. Cette inégalité est le stimulus premier des recherches effectuées par les économistes mais également par les géographes sur les comportements de localisation des entreprises (Hayter, 1997). Elle explique que l'attention de ces chercheurs se soit concentrée en priorité sur les choix de localisation des activités industrielles.

En second lieu, les entreprises industrielles d'un même secteur d'activité tendent manifestement à s'agglomérer dans certaines aires géographiques particulières (Krugman, 1991a). Dés lors, l'objectif premier de ces recherches est la mise en évidence des facteurs qui, au niveau des décisions de localisation des entreprises individuelles, sont les mieux à même d'expliquer l'émergence de ces configurations spatiales concentrées.

A partir de ces points de départ communs, l'ensemble de ces recherches (conceptuelles et empiriques) d'inspiration économique cherche à répondre à la même question générale : « Pourquoi là ? » (Polèse, 1994). En d'autres termes, ces recherches visent à l'identification des caractéristiques des localisations, appelées facteurs de localisation, qui sont les mieux à même d'expliquer les choix de localisation des entreprises (Bailly et Béguin, 1993). Dans ce cadre, les facteurs de localisation peuvent être définis, de manière très générale, comme « tout ce qui est susceptible de différencier l'espace pour l'entreprise » (Aydalot, 1985, p. 69). Cette appellation de facteurs de localisation regroupe donc toutes les caractéristiques qui varient d'un lieu géographique à un autre et qui, à ce titre, peuvent être utilisées par les décideurs comme critères de choix du lieu d'implantation d'un nouveau site (et en particulier, dans le cadre de cette littérature, d'un site industriel).

Il convient toutefois de bien distinguer les modèles théoriques de la localisation des recherches empiriques effectuées sur ce thème. Cette séparation est une réalité puisque les

modèles théoriques, qu'il s'agisse des modèles classiques de la localisation (Blaug, 1996) ou des modèles de la « nouvelle géographie économique » (Krugman, 1998), ont fait l'objet d'un nombre remarquablement faible de validations empiriques (pour un exemple d'application au secteur des services financiers, voir Nachum, 2000). A l'inverse, des approches des phénomènes d'agglomération plus ancrées dans la réalité empiriques, telles que les travaux sur les districts industriels ou les milieux innovateurs, n'ont pas donné naissance à des cadres conceptuels pleinement convaincants et d'application générale. En outre, nombre de recherches empiriques réalisées sur ce thème disposent d'une assise théorique mince voire inexistante. Ce champ de recherche est donc marqué, dans les faits, par une césure très prononcée entre, d'une part, les recherches conceptuelles (2.1.) et, d'autre part, les recherches empiriques (2..2 et 2.3.).

2.1. Les modèles théoriques de la localisation industrielle

Bien que l'analyse économique spatiale soit apparue dés le 18° siècle[22], c'est le processus de concentration spatiale des activités de production durant le 19° siècle qui stimule l'intérêt des économistes, notamment allemands, pour la conceptualisation de ces comportements. De ce fait, les modèles théoriques de la localisation industrielle sont marqués par leur volonté commune d'aboutir à des explications d'ordre général des phénomènes d'agglomération observés dans la réalité. Cette volonté constitue en quelque sorte le fil rouge de cette partie. Or, de ce point de vue, la littérature en sciences économiques distingue deux explications théoriques principales.

La première dans l'ordre chronologique, qualifiée de ce fait de classique dans la littérature, appuie son explication d'une part sur l'existence de coûts de transports associés à la distance géographique et, d'autre part, sur les différences de dotation en facteurs entre régions (2.1.1.).

Une deuxième famille de modèles explicatifs, bien plus récentes, s'appuie plutôt sur la notion d'économies d'agglomération, développée initialement par Marshall (2.1.2.).

2.1.1. Distance physique, coûts de transport et comportements de localisation : les théories économiques classiques de la localisation

a. Une explication des choix de localisation par les coûts de transport et par les différences de dotation en facteurs

Les premiers éléments d'une théorie économique de la localisation ont été posés par Von Thünen dés 1826. Cependant, le modèle de Von Thünen, qui a trait aux activités agricoles, vise à expliquer les différences de rentes entre terres agricoles plus que la localisation des activités productives en elle-même. Cette dernière ne joue en fait, dans ce modèle, que le rôle de variable explicative (Blaug, 1996). Pour Blaug, c'est à Launhardt que l'on doit, en 1882, le premier modèle s'intéressant directement à l'identification de la localisation optimale pour une entreprise industrielle. Les idées de Launhardt ont ensuite été largement reprises par Alfred Weber (1909) considéré, en raison de l'influence de ses travaux, comme le fondateur de la théorie classique de la localisation.

[22] Cantillon ou Smith apportent par exemple des éléments d'explication à la dispersion des activités productives qui prévaut en leur temps (Perreur, 2003).

Dans le modèle de base de Weber, comme dans celui de Launhardt, il s'agit d'identifier la localisation optimale d'une usine produisant un bien unique à coûts constants et confrontée à un marché localisé en certains points donnés et à des sources de matières premières à localisation fixée. Les hypothèses de concurrence parfaite et de comportement de maximisation du profit de la part des entreprises sont en outre essentielles. Enfin, les coûts de transport sont supposés varier proportionnellement à la distance géographique parcourue.

Dans le cadre de ces hypothèses, la localisation optimale est définie comme celle qui minimise les coûts de transport totaux (c'est-à-dire la somme des coûts de transport des intrants et les coûts de transport des produits finis jusqu'aux marchés) par unité de produit fini.

Ce modèle de base (le fameux triangle de localisation de Weber) a eu une influence profonde et durable sur les analyses conceptuelles de la localisation industrielle. Il a en fait constitué une base que les travaux théoriques ultérieurs se sont efforcés de compléter. La prise en compte de l'espace géographique, en tant que distance, au travers des coûts de transport constitue en effet un outil de modélisation des comportements de choix de localisation des entreprises particulièrement puissant puisqu'il permet de donner de manière simple un sens économique, c'est-à-dire mesurable en termes monétaires, à la distance physique.

Les modèles de localisation industrielle, par essence micro-économiques, ont cependant progressivement cédé la place, à partir de 1939 et de la publication de l'ouvrage d'August Lösch, à des analyses plus macroéconomiques qui tendent depuis à dominer le champ de l'économie régionale et urbaine (Blaug, 1996). En effet, les théories classiques de la localisation, malgré le niveau élevé de généralité de leurs résultats, n'ont pas démontré de réelle valeur prédictive et se sont révélées être, de ce fait, un "cul-de-sac théorique" (Blaug, 1996, p. 629). Le déclin tendanciel des coûts de transports tout au long du vingtième siècle a également largement contribué à leur échec.

Les auteurs postérieurs ont surtout retenu de l'œuvre de Weber son analyse basée sur les coûts de transport, réduisant ainsi le comportement spatial de l'entreprise à un problème d'optimisation logistique. C'est pourtant là une approche particulièrement simplificatrice (L'Harmet, 1998). Weber a en effet complété son modèle basé sur les coûts de transport, présenté dans le chapitre 1 de l'ouvrage de 1909, par la prise en compte des différentiels dans les coûts de main d'œuvre entre localisations alternatives. Ces différentiels sont liés au fait que la main d'œuvre est supposée être regroupée en certains points de l'espace au lieu d'être dispersée de manière régulière (Aydalot, 1985). L'introduction dans l'analyse des différentiels de coûts de main d'œuvre conduit l'entreprise à choisir une localisation différente de celle qui minimise les coûts de transport totaux. En effet, le problème de l'identification de la

localisation optimale se présente alors comme la recherche du meilleur compromis entre la minimisation des coûts de transport et celle des coûts de main d'œuvre (Mérenne-Schoumaker, 1991).

Dans un troisième temps, Weber a même tenté d'introduire, dans le calcul de l'entreprise, les économies d'agglomération et, de manière symétrique, les déséconomies d'agglomération associées à la concentration spatiale de la production. Cette tentative est cependant moins concluante, entre autres raisons parce que la définition que Weber donne du concept d'économies d'agglomération est plutôt confuse (Mérenne-Schoumaker, 1991; Perreur, 2003). De ce fait, cette partie de l'œuvre de Weber a été largement négligée par la suite (L'Harmet, 1998).

Tableau 1.2 : Les facteurs explicatifs des choix de localisation chez Weber (1909)

Facteurs explicatifs	
Inclus dans l'analyse	Non inclus dans l'analyses mais considérés comme importants par Weber
Coûts de transport : - des intrants depuis les sources d'approvisionnement - des produits finis jusqu'aux marchés	Facteurs généraux : - climat - topographie
Différentiels de coûts de main d'œuvre entre localisations alternatives	Facteurs institutionnels (taux d'intérêt, niveau des impôts, qualité du management…)
Economies et déséconomies d'agglomération	

Sources : D'après Blaug (1996) et L'Harmet (1998).

Le choix de localisation d'une unité de production industrielle s'effectue donc, dans le modèle de base de Weber comme dans l'ensemble des théories classiques de la localisation, à partir d'un raisonnement à ressources données et localisées de manière fixe.

Cette approche par les coûts de transport, combinée à celle des théories économiques néoclassiques du commerce international, tels que le modèle Hecksher-Ohlin-Samuelson, conduit à une interprétation des phénomènes d'agglomération basée sur les dotations en ressources des différentes régions (Head et alii, 1995). Dans ce cadre, les entreprises d'un secteur d'activité donné sont supposées concentrer leur activité de production dans la région disposant de la meilleure dotation initiale dans le ou les facteurs de production immobiles dont le secteur considéré a le plus besoin (par exemple la main d'œuvre ou une matière première particulière). Cette abondance initiale permet aux entreprises présentes localement de profiter de prix plus faibles pour ces facteurs de production relativement aux autres régions. Elle leur permet également de diminuer les coûts associés au transport de ces facteurs.

Cependant, au fur et à mesure que de nouvelles entreprises s'implantent dans la région considérée, le prix du ou des facteurs de production recherchés aura tendance à s'élever sous l'effet de la concurrence accrue entre les utilisateurs locaux de ces facteurs. Dans ce raisonnement à stock de ressources locales fixe, la concentration des entreprises dans une région particulière aura donc tendance à diminuer les avantages propres à cette région et, en conséquence, son attractivité pour les entreprises.

b. L'utilisation stratégique de la distance géographique par les entreprises

Les théories traditionnelles de la localisation sont des théories non-stratégiques, c'est-à-dire que, dans la lignée de l'analyse de Von Thünen (1826), elles ne considèrent pas que les entreprises vont utiliser le pouvoir de marché que leur confère la distance géographique et dont les coûts de transport sont à l'origine comme une arme concurrentielle à part entière. Weber suppose ainsi que la localisation d'une entreprise n'entraîne pas de changement dans le système des prix ni de modification, par ses concurrents, de leurs propres localisations (Perreur, 2003).

Il serait toutefois surprenant que les entreprises n'utilisent pas le pouvoir de marché qu'elles ont ainsi sur les consommateurs situés dans leur voisinage immédiat. Dans ce cadre, il y a tout lieu de penser que les firmes n'auront pas un comportement concurrentiel mais plutôt un comportement stratégique (Scotchmer et Thisse, 1993). Le modèle de concurrence parfaite n'est donc plus apte à intégrer la dimension spatiale puisqu'elle constitue, en elle-même, un facteur d'imperfection de la concurrence. De fait, l'émergence du modèle de concurrence imparfaite au début du siècle se fait en considérant la différenciation spatiale introduite par la distance comme une des sources du pouvoir de monopole des entreprises.

Hotteling (1929) est à l'origine du modèle le plus connu de concurrence spatiale au travers de l'exemple des marchands de glace. Il se propose ainsi d'étudier les décisions de localisation et de prix de 2 marchands de glace sur une plage (représentée sous la forme d'un segment de droite) en supposant que la répartition des consommateurs sur la plage est donnée et uniforme. Les acheteurs sont supposés se répartir entre les 2 vendeurs en comparant les prix totaux, c'est-à-dire la somme du prix de la glace et du coût de transport, proportionnel à la distance les séparant du vendeur. Le résultat de ce modèle de duopole est, dans le cadre des hypothèses posées par Hotteling, un équilibre où les 2 vendeurs se localisent au centre du marché (la plage). Les entreprises offrant des produits homogènes auraient donc tendance à se concentrer géographiquement.

Néanmoins, ce résultat a été par la suite contesté par des auteurs s'appuyant sur la non-existence, en théorie des jeux, d'un équilibre en stratégies pures dans un jeu non-coopératif (voir Scotchmer et Thisse, 1993). En reformulant l'analyse pour la rendre conforme à ce constat, ces auteurs trouvent que les entreprises vendant des produits homogènes ont tendance à s'implanter en des lieux géographiquement éloignés pour échapper à la concurrence par les prix qui est d'autant plus vive que les concurrents sont géographiquement proches.

Même à supposer que le résultat obtenu par Hotteling soit conceptuellement correct, le contexte actuel de baisse tendancielle des coûts de transport remet en cause le pouvoir de monopole local des entreprises et, du même coup, les fondations sur lesquelles repose son modèle (Perreur, 2003).

Toutefois, que les choix de localisation soient considérés comme interdépendants ou non, le raisonnement est mené en termes d'équilibre statique, les dotations en ressources des différentes régions étant fixées une fois pour toute. Cette approche s'avère cependant limitée pour expliquer les phénomènes continus d'agglomération spatiale des activités économiques tels que l'on peut les observer dans la réalité (Krugman, 1991a). Ce constat et les progrès de la modélisation économique, notamment dans le domaine de la concurrence imparfaite, sont à l'origine du développement d'un nouveau cadre explicatif des décisions de localisation des entreprises, cette fois-ci centré sur le concept d'économies d'agglomération.

2.1.2. Une explication des choix de localisation par les économies d'agglomération

Krugman (1998) identifie l'émergence d'une « nouvelle géographie économique ». Il interprète l'apparition de ce courant de recherche, dont il se présente comme l'un des principaux contributeurs, comme le signe d'un renouveau de l'intérêt des économistes pour les questions spatiales et, plus particulièrement, pour les questions de localisation. Les travaux conceptuels regroupés par Krugman sous l'appellation de « nouvelle géographie économique » doivent cependant être distingués des théories classiques de la localisation présentées dans la section précédente. En effet, leur angle d'approche de la localisation est plus macro-économique que micro-économique. De fait, l'objet premier de ces travaux est d'expliquer l'émergence, à l'intérieur d'un pays, de structures spatiales de type centre-périphérie au moyen de modèles d'équilibre général dans lesquels la répartition géographique de l'activité des entreprises, mais également la répartition de la population sont considérées comme des variables endogènes. Krugman (1991a, b) cherche ainsi à expliquer l'émergence d'une manufacturing belt et d'une farm belt aux Etats-Unis au milieu du dix-neuvième siècle.

Il s'agit également, à une échelle plus petite, de mettre à jour les mécanismes conduisant les entreprises d'un même secteur à se concentrer dans une même région ou autour d'une même aire urbaine (voir à ce sujet les exemples de l'industrie de l'acier à Sheffield, Marshall, 1920, et plus récemment, ceux cités par Porter, 1990, et Krugman, 1991b).

Pour ce faire, ces modèles de la nouvelle géographie économique s'appuient sur une représentation du comportement de localisation des entreprises différente de celle des théoriques classiques de la localisation. L'approche utilisée pour expliquer la concentration spatiale des localisations choisies par les entreprises est basée sur le concept d'économies d'agglomération. Ce concept est défini à partir de la présentation qui en a été initialement faite par Marshall (1920). Pour Marshall, les économies d'agglomération regroupent l'ensemble des économies externes de production qui sont une fonction croissante du nombre d'entreprises d'un même secteur implantées dans une aire géographique déterminée. L'existence de ces externalités à portée géographique limitée permet aux entreprises implantées dans l'aire en question de bénéficier d'un abaissement de leurs coûts de production et/ou d'un accroissement de l'efficience de leur processus de production (Shaver et Flyer, 2000). La présence d'économies d'agglomération incite donc les entreprises industrielles d'un même secteur d'activité à se concentrer en un lieu géographique déterminé jusqu'à former un « district industriel ». Marshall identifie trois types d'externalités localisées (c'est-à-dire externes aux entreprises mais internes à l'espace local considéré) incitant les entreprises d'un secteur d'activité donné à s'agglomérer :

- l'émergence d'un réservoir local de main d'œuvre spécialisée présentant les qualifications recherchées par les entreprises du secteur d'activité principal du district industriel ;
- la constitution d'un pôle local de fournisseurs de biens intermédiaires pour les entreprises appartenant à ce secteur et présentent localement ;
- des externalités informationnelles entre les entreprises implantées localement (ou, pour reprendre la formule imagée employée par Marshall, les informations concernant l'activité industrielle sont « dans l'air » au sein du district industriel).

La présence locale étant une condition nécessaire pour bénéficier de ces avantages, la recherche de la proximité géographique avec de telles agglomérations est supposée être un facteur déterminant dans les choix de localisation des entreprises. Dans ce cadre théorique comme dans le précédent, les entreprises d'un même secteur auront donc tendance à s'agglomérer dans l'espace géographique. Cependant, en présence d'économies d'agglomération, la concentration d'entreprises en une localisation accroît *per se* l'attractivité

de la localisation concernée (Head et alii, 1995). En effet, dans ce cas, les nouvelles implantations d'entreprises d'un même secteur tendent à augmenter l'offre du ou des facteurs qui ont rendu la localisation attractive au départ (Krugman, 1991a). Les économies d'agglomération sont donc à l'origine de mécanismes cumulatifs d'attraction de nouvelles entreprises dans cette localisation sans pour autant que celle-ci dispose de dotations initiales en facteurs particulièrement avantageuses (Arthur, 1990).

L'approche par les économies d'agglomérations est donc fondamentalement différente de l'approche précédente par la distance. En effet, alors que cette dernière envisage l'espace géographique principalement comme un générateur de coûts pour les entreprises, l'approche en termes d'économies d'agglomération cherche à intégrer les avantages que peut apporter l'espace, considéré comme un ensemble de lieux, aux entreprises qui l'occupent (Moulaert et Farcy, 1995).

Il ne faut pas pour autant en déduire que les choix de localisation des entreprises industrielles sont considérés, dans ces modèles, totalement déterminés par la recherche d'économies d'agglomération. Ils résultent plutôt d'un jeu entre, d'un côté, les économies d'agglomération marshalliennes qui poussent les entreprises à la concentration spatiale et, de l'autre, des forces qui poussent à la dispersion, telles que l'existence de facteurs de production immobiles ou le fait que le coût des terrains s'accroisse au fur et à mesure que les entreprises s'agglomèrent en un lieu (Krugman, 1998).

La prise en compte des économies d'agglomération dans l'analyse ne doit donc pas être considérée comme opposée à la vision plus statique basée sur les dotations en ressources des différentes régions. Ces deux approches sont en fait complémentaires. Dans cette perspective, les économies d'agglomération doivent être considérées comme un moyen d'accroître le pouvoir explicatif des modèles traditionnels de la localisation et, ainsi, d'améliorer la compréhension des facteurs affectant, dans la réalité économique actuelle, les choix de localisation des entreprises (Head et alii, 1995). Leur prise en compte permet en particulier de construire des modèles expliquant la concentration géographique d'entreprises industrielles produisant des biens différenciés dans une région dans un contexte de baisse des coûts de transport (Krugman, 1991a).

Tableau 1.3 : Les facteurs explicatifs des décisions de localisation d'entreprises dans les modèles de la nouvelle géographie économique

	Forces centripètes (Economies d'agglomération marshalliennes)	Forces centrifuges
Facteurs inclus dans les modèles	Effets liés à la taille des marchés (constitution d'un pôle local de fournisseurs de biens intermédiaires)	Facteurs immobiles (terres, ressources naturelles et, à l'échelle internationale, la population considérée à la fois comme un réservoir de main d'œuvre du point de vue de l'offre et, du point de vue de la demande, comme un marché)
Facteurs non-inclus dans les modèles	Constitution d'un réservoir de main d'œuvre locale spécialisée	Coût des terrains
	Economies externes pures sous la forme d'externalités informationnelles	Déséconomies externes pures (problèmes d'encombrement, par exemple)

Source : D'après Krugman (1998).

Les modèles de la nouvelle géographie économique ne prennent en compte qu'une partie des facteurs explicatifs présentés dans le tableau 1.3. Ainsi, les économies et déséconomies externes pures sont systématiquement exclues de l'analyse afin de ne conserver que les externalités monétaires (Krugman, 1991a). Ce choix facilite en effet la modélisation du comportement de localisation des entreprises sous la forme d'un comportement optimisateur rationnel. Dans ce cadre d'analyse, les choix de localisation demeurent donc entièrement déterminés par les caractéristiques économiques et, donc, quantifiables, des lieux géographiques. Krugman (1991b) considère ainsi que les mécanismes de concentration géographique d'entreprises de haute technologie (aboutissant à la formation d'agglomérations ou *clusters* de haute technologie tels que la Silicon Valley,) sont essentiellement de nature non-technologique. Leurs principales motivations sont la présence d'un réservoir local de main d'œuvre qualifiée et très spécialisée et de l'existence d'un réseau dense de relations marchandes entre firmes locales (Arthur, 1990).

Cette interprétation strictement monétaire du concept d'économies d'agglomération a été particulièrement critiquée car elle fait abstraction des relations locales hors-marché qui sont au cœur des définitions proposées par Marshall, mais aussi par Weber (Moullaert et Gallouj, 1993).

L'étude des comportements spatiaux des entreprises constitue donc un thème récurrent en théorie économique, donnant régulièrement lieu à l'élaboration de cadres explicatifs généraux (Krugman, 1998). Il demeure malgré tout marginal au sein de cette discipline. De ce

fait, la réintégration de l'espace géographique en général et, des décisions de localisation en particulier, dans le paradigme néoclassique qui domine la discipline constitue un objectif latent des travaux conceptuels réalisés par les économistes sur ce thème (Blaug, 1996). En conséquence, ces travaux tendent à adopter une vision néoclassique de l'entreprise. Les cadres conceptuels élaborés, qu'il s'agisse des théories classiques de la localisation industrielle ou des modèles de la nouvelle géographie économique, s'apparentent ainsi à des théories « pures » de la localisation (Blaug, 1996) desquelles sont évacuées tout facteur institutionnel (impôts, qualité du management…), mais aussi les influences du climat ou de la topographie. Dans ces cadres, les choix de localisation sont représentés comme le résultat de calculs réalisés par des décideurs économiquement rationnels et parfaitement informés en vue de maximiser le niveau de profit de leur entreprise en comparant le niveau des coûts monétaires et les avantages (monétaires eux aussi) associés aux différentes localisations à leur disposition. Ces hypothèses très restrictives autorisent le développement de modèles formalisés de portée très générale, mais au prix d'un éloignement croissant par rapport aux décisions effectives de localisation (Blaug, 1996). Ainsi, la quasi-totalité des modèles théoriques développés ne traitent que d'entreprises à production et à localisation uniques (Fujita et Thisse, 1997 ; Perreur, 2003). Ils sont de ce fait incapables de rendre compte du comportement spatial d'entreprises à établissements ou production multiples, pourtant nombreuses dans la réalité.

Les cadres théoriques élaborés n'apportent ainsi qu'un éclairage très partiel sur la manière dont les entreprises décident effectivement de l'implantation de leurs activités, même si cette partialité est pleinement assumée (Krugman, 1998). La nette disjonction entre ces modèles théoriques et les recherches empiriques sur les décisions de localisation souligne bien le caractère désincarné des premiers et, en conséquence, leur faible portée opérationnelle, en particulier pour les directions d'entreprises.

2.2. Une approche socio-économique des mécanismes d'agglomération spatiale

2.2.1. La région, nœud d'interdépendances hors-marché (Storper, 1995)

L'analyse que font les économistes spatiaux[23] des mécanismes d'agglomération des activités économiques diffère sensiblement de celle proposée par des économistes non-spécialistes qui, comme Krugman, se sont intéressés à ce thème.

Sur le fond, cette différence trouve son origine dans une conception divergente de la nature des externalités localisées qui sont à la base des processus de concentration spatiale (Sierra, 1997). Cette divergence reprend la distinction de Scitovsky (1954) entre externalités pécuniaires et externalités de caractère technologique. En effet, même si les économistes spatiaux considèrent que les externalités marchandes jouent un rôle non-négligeable dans l'explication des avantages de la proximité géographique (Scott et Kwok, 1988), ce sont les externalités naissant des relations hors marché entre les agents économiques présents dans une aire géographique donnée qui sont au cœur de leur analyse.

Dans la forme, une démarche de type empirico-inductive se substitue à l'approche hypothético-déductive visant à l'élaboration de « théories réfutables générales » (Bailly et Béguin, 1994, p. 153) adoptée par les modèles économiques standards de la localisation. Ainsi, les économistes spatiaux partent généralement de l'étude détaillée et contextualisée de quelques régions qui réussissent (les « régions qui gagnent » de Benko et Lipietz, 1992) afin d'en tirer des modèles plus ou moins théorisés et censés être d'application plus générale.

De la même manière que les tenants de la « nouvelle géographie économique », les économistes spatiaux prennent comme point de départ de leur analyse la définition, par Marshall, du concept d'économies d'agglomération ainsi que sur l'exemple des districts industriels qui l'illustre. Ils mettent toutefois l'accent sur le troisième facteur d'agglomération évoqué par Marshall, aujourd'hui désigné sous le terme d'externalités informationnelles et que les économistes du *mainstream* ont largement négligé.

[23] Ce terme désigne ici ce que d'autres regroupent sous le qualificatif de géographie économique (Martin, 1999) et non les économistes se rattachant à la science régionale, champ transdisciplinaire apparu à la confluence entre géographie et économie dans les années 50 sous l'influence de Walter Isard (Coffey, 1992). Les sciences régionales ont en effet évolué depuis lors vers la production de modèles mathématiques extrêmement abstraits et, de ce fait, de peu d'utilité dans la perspective qui est la nôtre (Martin, 1999).

2.2.2. Le concept marshallien de district industriel revisité

A partir des travaux empiriques réalisés par des auteurs italiens d'origines disciplinaires diverses (économistes mais surtout sociologues et historiens) sur les districts industriels du Nord de l'Italie constitués de réseaux de PME spécialisées, une explication plus socio-économique des mécanismes d'agglomération s'est faite jour. A la suite de ces observations, Becattini (1992, p. 36-37) définit le district industriel comme « une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné ».

Dans cette perspective, le district industriel constitue donc l'association, au niveau local, d'une structure productive et d'une structure sociale et communautaire particulière qui sont en interactions l'une avec l'autre (Sierra, 1997). Il existe en effet, au sein des réseaux de PME de la « Troisième Italie » une proximité technique importante puisque les entreprises regroupées localement appartiennent toutes à une même filière industrielle. Le trait marquant des districts industriels réside toutefois dans l'existence d'un système de valeurs commun concernant aussi bien l'éthique de travail que la réciprocité des relations entre acteurs locaux ou l'attitude par rapport aux changements et aux innovations technologiques (Becattini, 1992). Au travers de ces valeurs partagées, c'est le sentiment d'appartenance à la communauté industrielle locale qui est l'élément constitutif essentiel du district. Ce fort sentiment d'appartenance perdure du fait de la fréquence des contacts interpersonnels que permet la proximité géographique. Il explique la tendance des acteurs locaux à développer plus facilement des relations, marchandes ou non, avec les autres acteurs du district qu'avec des acteurs extérieurs. Les mécanismes de concurrence au sein du district sont ainsi tempérés par un certain degré de coopération entre les acteurs liés au respect des règles de la communauté locale. Ce contexte particulier autorise la mise en commun de ressources stratégiques telles que la formation de la main d'œuvre locale.

Le district industriel apparaît ainsi comme une forme d'organisation[24] à part entière (Rallet et Torre, 1995) où la proximité géographique et l'appartenance des individus à une même communauté locale remplacerait, comme principe de coordination des comportements et de coopération des acteurs, la proximité organisationnelle qui caractérise le comportement

[24] Piore et Sabel ont même érigé, dans leur ouvrage de 1984, cette forme d'organisation, qu'ils qualifient de « spécialisation flexible » au rang de modèle constituant une alternative efficace à la grande entreprise dans les environnements turbulents caractéristiques des économies contemporaines.

des salariés dans les grandes entreprises ou aux règles professionnelles qui caractérisent les communautés de pratiques (Kirat, 1993).

2.2.3. La substitution de la notion de proximité à l'idée de distance physique

Cette approche socio-économique des phénomènes d'agglomération repose sur une vision de l'espace géographique très différente de celle des théories économiques classiques. Elle s'articule ainsi autour de la notion de proximité, utilisée en lieu et place du concept traditionnel de distance physique. Le recours à la notion de proximité permet d'appréhender ce qui réunit et non ce qui sépare (Zimmermann, 1998). Il traduit l'importance accordée dans l'analyse aux interactions entre acteurs, celles-ci pouvant être marchandes mais aussi hors-marché, et dépasse donc la connotation purement géographique (RERU, 1993). La proximité peut en effet être géographique et/ou organisationnelle ou culturelle ou encore électronique (Loilier et Tellier, 2003), les différentes formes étant, au moins en partie, substituables (Bellet, Colletis et Lung, 1993). En outre, la proximité géographique est entendue, dans le cadre de cette approche, au sens large. Elle ne s'évalue pas en termes strictement physiques mais plutôt, au travers de l'utilisation des infrastructures de transports, en termes de délais nécessaires pour avoir des contacts en face-à-face avec d'autres acteurs (Loilier et Tellier, 2003).

Dans le cadre de cette approche par la proximité, l'espace local est appréhendé comme un territoire au sens où il est « un produit original, aménagé, géré et défendu dans les intérêts du groupe qui l'occupe…avec ses structures historiques, sociales, culturelles et économiques » (Bailly, 1994, p. 275). Dans cette perspective, l'espace n'est plus considéré comme un support passif des activités économiques caractérisé par un ensemble statique de variables, géographiques ou non. Il apparaît au contraire comme un construit résultant des interactions entre acteurs locaux et supposant une intersection entre les deux formes de proximité citées ci-dessus (Bellet et Kirat, 1998).

2.2.4. L'inscription territoriale des processus d'innovation : les milieux innovateurs

Les travaux sur les districts industriels menés en Italie, mais aussi en Allemagne ou en France ont privilégié l'étude de secteurs industriels traditionnels. Toutefois, la manière dont l'espace local y est appréhendé semble particulièrement pertinente pour comprendre les mécanismes d'agglomération spatiale des activités à fort contenu technologique, qu'il s'agisse d'activités de production de haute technologie ou d'activités de recherche et développement.

L'activité innovatrice nécessite en effet l'articulation d'un ensemble de compétences spécifiques présentes dans diverses organisations (Kline et Rosenberg, 1986). Elle implique de ce fait des multiples interactions et coopérations (Rallet et Torre, 1995) qui sont favorisées, dans de nombreux cas, par la proximité (au sens large) des organisations concernées (Bellet, 1992).

Les auteurs regroupés au sein du GREMI (Groupement de Recherche sur les Milieux Innovateurs) ont ainsi souligné, en s'appuyant sur l'étude de quelques cas tels que celui de l'industrie horlogère dans les Jura suisse et français, le rôle essentiel de l'espace local, en tant que territoire, dans les processus d'innovation et de création de connaissances technologiques nouvelles (Maillat, 1994).

Dans les exemples de territoires qu'ils étudient, la conjonction de la proximité géographique et de la proximité culturelle a favorisé l'émergence d'un milieu innovateur. Un milieu peut être défini, de manière générale, comme « un ensemble d'interdépendances fonctionnelles entre acteurs fondées sur leur appartenance à une même entité territoriale. Il offre un cadre organisé aux relations entre acteurs leur permettant de réduire l'incertitude et de développer des processus collectifs d'apprentissage » (Camagni, 1991 cité par Rallet et Torre, 1995, p. 18).

Ainsi, dans les cas étudiés, les relations informelles denses existants entre acteurs locaux sont propices à l'imitation et à la transmission de l'innovation. Elles facilitent de surcroît l'établissement de relations de coopération plus formelles entre ces acteurs pour la mise en commun des ressources et des compétences spécifiques complémentaires dont ils disposent. L'établissement de ces relations plus formelles et sélectives au sein d'un milieu est au cœur de la création de connaissances technologiques au niveau local (Maillat, 1994).

Cette approche a le mérite de ne pas limiter les effets de l'espace géographique à la seule diffusion de l'information technologique (Bellet et Kirat, 1998). L'espace local, en tant que territoire ou milieu, apparaît également comme le cadre de dynamiques d'apprentissages collectives créatrices, au niveau local, de ressources spécifiques (Gaffard, 1990 ; Veltz, 1993 ; Maillat, 1994).

2.2.5. Les limites des analyses socio-économiques des phénomènes d'agglomération

La portée des analyses en termes de districts industriels et de milieux innovateurs est cependant limitée. Elles s'appuient en effet sur l'étude de quelques « régions qui gagnent ». L'explication des mécanismes d'agglomération qu'elles mettent en avant est donc particulièrement sensible aux spécificités locales des cas étudiés (Storper, 1995). De ce fait,

l'utilisation d'une démarche inductive conduit à douter des capacités de généralisation et de la validité externe des théories développées (Rallet et Torre, 1995). A trop vouloir ériger districts industriels et milieux innovateurs en modèles aux vertus universelles, le risque est grand de donner naissance à une « nouvelle orthodoxie » (Zimmermann, 1995). Les phénomènes observés dans certaines aires géographiques sont le résultat de processus s'inscrivant dans le temps long. Ils sont donc le reflet de contextes historiques et socio-culturels spécifiques. La concentration de l'attention sur ces cas particuliers ne doit pas conduire à surestimer les aspects territoriaux des dynamiques industrielles et de l'innovation (Zimmermann, 1995).

Ainsi, alors que les économistes généralistes, préoccupés avant tout de la réintégration de l'espace dans la théorie économique standard ont négligé la géographie des lieux réels (Martin, 1999), les économistes spatiaux se retrouvent au contraire prisonniers des lieux particuliers à partir desquels ils ont construits leurs concepts.

2.2.6. Les prémisses d'une nouvelle analyse des décisions de localisation ?

A condition d'éviter les écueils de la généralisation abusive, ces approches par la proximité semblent être de nature à enrichir à la fois l'analyse positive et l'analyse normative[25] des décisions de localisation d'entreprises. Pourtant, peu d'efforts ont été entrepris en ce sens, en particulier d'un point de vue empirique (voir section suivante).

Cette relative négligence tient à l'objectif que les économistes spatiaux assignent à leurs recherches : Il s'agit en premier lieu de comprendre comment des dynamiques de développement endogène s'enclenchent et se perpétuent dans certaines régions ou agglomérations urbaines particulières. Ces entités géographiques constituent de ce fait leur unité d'analyse et les comportements collectifs de l'ensemble des organisations et acteurs qui les composent leur objet d'étude. Dans le prolongement de cette thématique, les cadres d'analyse développés peuvent également être mobilisés pour comprendre comment les entreprises sont susceptibles de générer, dans les lieux géographiques qu'elles occupent déjà, les conditions nécessaires à leur développement en s'engageant dans des processus localisés de création de ressources. D'un point de vue strictement décisionnel, ils sont plus propices à l'étude de la répartition géographique des créations de nouvelles entreprises au sein de territoires nationaux qu'à celle des choix de localisation d'entreprises existantes.

[25] L'accès à des ressources spécifiques sous la forme de nouvelles connaissances technologiques constitue en effet une source essentielle d'avantage concurrentiel pour les entreprises dans le cadre d'une économie de plus en plus basée sur la connaissance (Nonaka, 1994 ; Porter et Stern, 2001).

Néanmoins, quelques pistes de réflexion ont été entrouvertes à la suite des travaux des économistes italiens sur les districts industriels et des économistes du GREMI sur les milieux innovateurs. Nous en retiendrons essentiellement deux.

a. De l'entreprise volatile à l'entreprise ancrée dans un territoire

Selon Zimmermann (1998), la vision du territoire local non plus comme une donnée mais comme un construit résultant des interactions entre acteurs implique une modification dans la manière d'appréhender les comportements de localisation des entreprises. A l'approche statique et ponctuelle de la localisation que professent les théories économiques classiques ainsi que les modèles de la nouvelle géographie économique, il propose ainsi de substituer une analyse dynamique et longitudinale des trajectoires territoriales des entreprises. A cette substitution correspond le passage d'une vision de la « firme localisée » voire de la « firme volatile » (qui trouve sa meilleure expression dans les problématiques actuelles de délocalisation) à une vision de la « firme nomade ». Dans le cadre de cette dernière vision, l'entreprise est considérée comme un acteur à part entière des dynamiques territoriales. Les ressources spécifiques et localisées qui en sont le produit contribuent donc à ancrer l'entreprise dans les aires géographiques où elle est présente. Elle ne cède que périodiquement au nomadisme puisqu'elle ne modifie significativement la structure de ses implantations que lorsque les évolutions de son environnement concurrentiel ou technologique l'y contraignent. L'entreprise ancrée territorialement, en particulier l'entreprise indigène (Zimmermann, 1995), dispose de peu de lattitude pour modifier ses localisations actuelles si elle veut continuer à bénéficier des dynamiques d'apprentissage collectif qui leurs sont associées. Sa marge de manœuvre ne s'élargit que lors de ses phases de nomadisme où elle se met en quête de nouveaux territoires dans lesquels elle pourra s'ancrer à nouveau.

Dans les faits, les comportements spatiaux des entreprises, considérées dans leur ensemble, relèvent à la fois du modèle de la firme localisée et de celui de la firme nomade. Toutefois, Zimmermann est avant tout préoccupé par les implications de ses propositions pour les acteurs publics. Il n'offre de ce fait pas de réelle piste permettant de comprendre la manière dont ces deux modes de relation avec les espaces locaux se combinent effectivement dans les décisions de localisation des entreprises.

b. Recherche d'actifs stratégiques et choix de localisation

Dunning (1992, 1998) pose quelques jalons en ce sens. Il reconnaît l'existence d'une motivation particulière guidant les choix de localisation des grandes entreprises à

l'international : la recherche d'actifs stratégiques (*strategic asset seeking*) sous la forme de connaissances techniques, de savoir-faire, de compétences managériales…L'importance croissante de la connaissance comme arme du jeu concurrentiel sur les marchés internationaux lui paraît s'être traduite par une augmentation du poids de cette motivation par rapport à d'autres motifs plus traditionnels d'investissement direct à l'étranger (IDE) tels que l'accès aux marchés locaux ou à certaines ressources naturelles. Pour Dunning (1998), cette évolution a eu pour conséquence première de modifier les modalités de l'IDE, les entreprises privilégiant les opérations de fusion-acquisition et les partenariats avec des entreprises locales. Elle a également affecté les besoins en termes de localisation des entreprises multinationales. La volonté d'accéder à des compétences complémentaires aux leurs et de participer à la création et à l'exploitation de nouvelles connaissances technologiques les a conduit à opter pour des implantations au sein d'agglomérations (*clusters*) constituées. Cela est particulièrement vrai pour des activités telles que la recherche et développement pour lesquelles les « coûts de transaction liés à la distance et les coûts de coordination sont élevés » (Dunning, 1998, p. 60) et dans les secteurs de haute technologie où l'apprentissage technologique donne à l'entreprise un avantage absolu sur la concurrence. Toutefois, ni Dunning, ni les travaux économétriques qu'il cite ne permettent de comprendre comment les entreprises, lorsqu'elles s'implantent en propre, parviennent à avoir accès aux compétences et aux ressources locales spécifiques qu'elles recherchent. En effet, pour ce faire, il ne suffit pas de créer une contiguïté spatiale avec d'autres entreprises ou organisations (universités, laboratoires de recherche publics…) en implantant un nouveau site au sein d'une agglomération. Il leur faut également s'insérer, s'intégrer dans le milieu local.

Pour Lorenzen et Mahnke (2002), les entreprises extérieures qui tentent de pénétrer des agglomérations constituées risquent, dans un premier temps du moins, de se heurter à des barrières sociales qui les empêcheront de profiter pleinement des économies d'agglomération associées à ce choix de localisation et d'accéder rapidement aux ressources collectives localisées que recèle l'agglomération choisie. Selon eux, l'acquisition d'entreprises déjà implantées localement constitue le meilleur moyen de surmonter ce handicap.

De manière similaire à Dunning, leur concentration exclusive sur la problématique du mode d'implantation conduit cependant Lorenzen et Mahnke à évacuer complètement la question du choix de localisation. Comment les entreprises en viennent-elles à opter pour une implantation au sein d'un cluster ? Quel cluster particulier choisissent-elles alors et pourquoi ? Autant d'interrogations légitimes qui, traitées comme des évidences, demeurent sans réponses.

2.3. Les recherches empiriques sur les facteurs explicatifs des choix de localisation

La production de recherches plus appliquées n'est pas totalement absente des préoccupations des économistes s'intéressant à l'espace. Krugman (1998) espère ainsi que les travaux de la nouvelle géographie économique conduiront, in fine, à la génération de modèles permettant de prédire les effets des politiques publiques sur les comportements de localisation. De fait, les acteurs publics (administrations et gouvernements nationaux, collectivités locales de toutes natures) sont particulièrement intéressés par une meilleure compréhension des facteurs déterminants des choix de localisation des entreprises. Cette meilleure compréhension doit en effet leur permettre d'accroître l'efficacité de leurs politiques d'attraction des investissements. La volonté de prescription en la matière constitue le stimulus premier des recherches empiriques réalisées sur ce thème.

Cependant, force est de constater que l'utilisation des travaux conceptuels présentés plus haut est, en elle-même, insuffisante pour atteindre cet objectif de production de prescriptions en matière de politiques publiques d'attraction des entreprises. En effet, qu'il s'agisse des théories classiques de la localisation ou des modèles de la nouvelle géographie économique, on se trouve face à des représentations théoriques très schématiques de la réalité. Si schématiques en fait, que ces recherches conceptuelles ont donné lieu à un nombre remarquablement faible d'applications empiriques (Blaug, 1996 ; Krugman, 1998). Les analyses en termes de districts industriels ou de milieux innovateurs ont pour leur part placé leur analyse à l'échelle des territoires et non des entreprises considérées individuellement, se révélant de ce fait particulièrement peu prolixes sur la thématique des décisions de localisation.

Si la plupart des recherches empiriques sur les décisions de localisation d'entreprises s'inspirent de manière plus ou moins explicite, des modèles théoriques de la localisation, elles sont également contraintes, afin de se rapprocher de la réalité, de recourir à des approches plus marquées par l'induction. Ainsi, même s'ils résultent d'une même volonté d'expliquer les phénomènes d'agglomération spatiale des activités économiques (Hayter, 1997), les travaux empiriques sur les décisions de localisation se sont développés de manière relativement autonome par rapport aux travaux plus conceptuels.

Parmi ces travaux, deux ensembles se distinguent nettement par la démarche méthodologique qu'ils adoptent et par la nature des données qu'ils utilisent. Ces deux

ensembles apparaissent très déconnectés, comme en témoignent la grande disjonction dans les références qu'ils utilisent, les travaux de Schmenner (1982, 1987, 1994) constituant quasiment le seul lien tangible entre ces deux traditions. Pour cette raison, il nous paraît pertinent de traiter séparément de ces deux ensembles de travaux empiriques.

Un premier ensemble, essentiellement du à des économistes, est constitué de travaux recourant à des modèles économétriques, dans la plupart des cas des modèles logit, et utilisant, pour expliquer les choix de localisation d'entreprises, des données secondaires, essentiellement issues des statistiques publiques (2.3.1.).

Le deuxième ensemble est composé de travaux d'origine disciplinaires mais aussi de qualités plus variées. Ces travaux cherchent à expliquer les choix de localisation des entreprises à partir de la collecte directe, au moyen d'entretiens mais surtout d'enquêtes par questionnaire, des perceptions des décideurs quant aux facteurs qui ont eu la plus grande influence sur leurs choix de localisation (2.3.2.).

2.3.1. Les études économétriques

a. L'intérêt porté au cas des Etats-Unis

Un nombre important d'études économétriques a été réalisé à partir de données secondaires ces vingt dernières années en vue d'identifier les facteurs déterminants des choix de localisation de nouvelles usines à l'intérieur d'un pays. Ces travaux se sont concentrés sur le cas des Etast-Unis. La popularité de ce terrain peut s'expliquer par la conjonction de plusieurs facteurs.

Tout d'abord, la mise en œuvre des techniques économétriques utilisées nécessite de pouvoir disposer d'une population à étudier relativement homogène et de taille importante. En ce sens, la taille de l'économie et du territoire des Etats-Unis assure que l'on puisse disposer, dans ce pays, d'une population de décisions de localisation, même restreinte aux seules décisions de localisation de nouvelles usines, de taille suffisante.

Ces travaux se sont initialement développés, à partir des années 70, afin d'expliquer les raisons de la tendance à la déconcentration industrielle qui est apparue aux Etats-Unis. En effet, dés les années 60, les usines, et donc les emplois industriels, ont commencé à quitter le vieux cœur industriel du Nord-Est des Etats-Unis (ce que les américains appellent la Frost Belt) pour s'implanter dans les Etats du Sud et de l'Ouest du pays (la fameuse Sun Belt). Dans les années 80, l'intérêt, initialement centré sur les choix de localisation des entreprises états-uniennes, s'est progressivement déplacé vers l'explication des décisions de localisation de

nouvelles usines par des entreprises étrangères et, en particulier, par des entreprises japonaises. Ce déplacement est lié à l'accroissement considérable du montant des investissements directs étrangers aux Etats-Unis durant cette période, en particulier sous la forme de nouvelles usines (c'est particulièrement le cas des entreprises japonaises du secteur de l'automobile, Woodward, 1992 ; Florida et Smith, 1994). L'augmentation du nombre de créations de nouvelles usines (*greenfield investments*) par des entreprises étrangères s'est accompagnée d'une concurrence féroce entre Etats pour attirer ces usines, d'où l'importance pour les acteurs publics d'améliorer leurs connaissances des facteurs influençant ces choix de localisation.

b. Fondements et présupposés des modèles économétriques utilisés

Ces études utilisant des techniques économétriques n'ont pas cherché, à quelques exceptions prés (Head et alii, 1995), à évaluer la pertinence des modèles théoriques de la localisation présentés plus haut. De fait, les facteurs de localisation utilisés sont généralement tirés d'une revue des recherches empiriques précédentes et il est rarement fait référence, dans la bibliographie de ces articles, à des travaux conceptuels. Il s'agit plutôt d'évaluer et de compléter, dans une démarche plus inductive que réellement hypothético-déductive, les résultats d'études économétriques antérieures réalisées sur des terrains similaires, d'où une cohérence interne relativement forte dans cet ensemble de travaux.

Le problème du choix d'une localisation pour un nouveau site y est représenté sous la forme d'un modèle probabiliste de type logit (inspiré du modèle initialement développé par McFadden, 1974) dans lequel la variable dépendante est la probabilité, pour une entreprise, de choisir une localisation particulière (la plupart du temps un Etat). Cette probabilité dépend des caractéristiques de l'état considéré comparées à celles des autres états.

Les caractéristiques des états intégrées aux modèles sont celles qui sont supposées affecter le profit des entreprises. Il s'agit en fait exclusivement de variables économiques ou, du moins, de variables observables et pour lesquelles les données sont aisément accessibles (dans les statistiques publiques, la plupart du temps). Le caractère aisément disponible de ces données est censé refléter le type d'informations que les entreprises utilisent lors de leur recherche de nouvelles localisations (Barkley et McNamara, 1994). Une partie des statistiques utilisées constituent des approximations (ou variables proxies) de critères de choix plus complexes et subjectifs et qui ne sont pas, de ce fait, directement mesurables à l'aide des statistiques disponibles. Ainsi, la superficie d'un état est-elle utilisée comme une

approximation du nombre de sites industriels disponibles dans l'Etat en question (Bartik, 1985).

L'utilisation de modèles logit s'appuie sur l'hypothèse que les entreprises effectuent leurs choix de localisation de manière à maximiser leur profit. La modélisation logit permet alors de dégager une fonction unique reliant le niveau de profit (ou, pour Chung et Alcacer, 2002, le niveau d'utilité) que retire une entreprise de son implantation dans un Etat particulier avec les caractéristiques dudit Etat.

Dans le cadre de ces modèles, l'entreprise est donc présentée comme un agent économique optimisateur et parfaitement rationnel. Woodward (1992, p. 692) suppose ainsi que les entreprises japonaises auxquelles il s'intéresse effectuent « une recherche extensive afin de trouver la localisation optimale » pour leur nouvelle usine sur le territoire des Etats-Unis. Cette recherche s'appuie sur « une collecte large et systématique de données » sur les différentes localisations possibles. Enfin, le choix de la localisation s'effectue au travers de « l'évaluation rationnelle de toutes les caractéristiques pertinentes de l'ensemble des localisations alternatives ».

Cette représentation de l'entreprise est conforme à celle qui prévaut dans les modèles économiques théoriques de la localisation. De fait, les caractéristiques des Etats supposées, dans ces recherches empiriques, influencer les décisions de localisation de nouvelles usines sont, de manière générale, très similaires à celles proposées dans les recherches conceptuelles (voir le tableau 1.4 ci-dessous). Parmi les catégories de variables explicatives utilisées, une place centrale est ainsi accordée, d'une part aux dotations en ressources des différents états (la « disponibilité et coût des inputs », Schmenner et alii, 1987, et la proximité avec les marchés) et, d'autre part, aux économies d'agglomération, même si la définition des mécanismes sous-jacents à ce concept demeure souvent floue. En complément de ces caractéristiques économiques, les modèles économétriques intègrent également des facteurs d'ordre institutionnel, concernant notamment le taux de syndicalisation, le niveau des impôts locaux et celui des dépenses publiques locales. En relation avec la volonté de s'adresser aux représentants des collectivités territoriales, ce sont les effets de ces facteurs institutionnels sur les choix de localisation qui retiennent le plus l'attention des auteurs et ce d'autant plus que les résultats les concernant sont souvent, comme le montre le tableau 1.4, contradictoires d'une recherche à l'autre.

Tableau 1.4 : Synthèse des résultats de quelques modèles économétriques sur les choix de localisation de nouvelles usines aux Etats-Unis

	Bartik (1985)	Schmenner et alii (1987)	Couglin et alii (1991)	Woodward (1992)	Friedman et alii (1992)	Chung & Alcacer (2002)
Caractéristiques des populations de décisions étudiées						
Types de décisions étudiés	Création de nouvelles usines	Création de nouvelles usines	Tous types de décisions d'investissement	Création de nouvelles usines	Création de nouvelles usines	Création de nouvelles usines et opérations de fusion-acquistion
Nationalité(s) des entreprises	Etats-Unis	Etats-Unis	Tous pays hors EU	Japon	Europe et Japon	Tous pays de l'OCDE hors EU
Période	1972-1978	1970-1980	1981-1983	1980-1989	1977-1988	1987-1993
Echelle(s) géographique(s) de l'analyse	Etat	Région et Etat	Etat	Etat et Comté	Etat	Etat
Résultats sur les variables dépendantes des modèles						
Taille du marché local		Non significatif	+	+	+	+
Taux de chômage			+	+(C)	+	Non significatif
Salaire moyen	Non significatif	Non significatif	-	Non significatif (C)	-	+
Niveau de productivité				+(C)	+	
Niveau moyen de formation	-	Non significatif		Ambigus		
Taux de syndicalisation	-	Non significatif	+	-	+	+
Temps perdu pour cause de grèves		Non significatif				
Niveau des impôts locaux	Ambigus	Non significatif	Ambigus	Ambigus	-	Ambigus
Niveau des dépenses de l'Etat pour attirer les investissements			+	Ambigus	+	
Niveau de dépenses totales des collectivités locales		Non significatif		Non significatif		
Infrastructures de transport	Non significatif		+	+(C)		-
Densité de l'activité industrielle locale	+		+	+(C)		+
Densité de la population	Non significatif			+(C)		-
Coûts de construction	+	Non significatif				
Coûts énergétiques	Non significatif	Non significatif				
Niveau de pauvreté				-(C)		
Intensité de l'activité de recherche						Ambigus
Climat		+		+		
Superficie	+		+	+	Non significatif	+

Les résultats significatifs sont signalés par le signe + lorsque la variable considérée affecte positivement la probabilité de choisir une localisation et - lorsque la variable considérée affecte négativement cette probabilité. Les cases où rien n'est indiqué correspondent aux variables qui n'apparaissent pas dans les modèles concernés. Pour le modèle de Woodward (1992), les variables affectant significativement les choix de localisation des usines à l'échelle du Comté sont signalées par la mention (C).

c. Des résultats divergents

Le tableau 1.4 montre que la plupart des variables communes aux différents modèles économétriques ont des effets très contrastés sur les décisions de localisation.

Un certain consensus semble néanmoins se dégager pour reconnaître l'importance de certains facteurs dans l'explication des choix de localisation de nouvelles usines au sein des Etats-Unis :

- la taille du marché local, dans le cas de décisions prises par des entreprises étrangères;
- le taux de chômage utilisé ici comme un indicateur de la disponibilité de main d'œuvre à l'échelle locale ;
- la densité de l'activité industrielle locale utilisée comme une variable proxy des économies d'agglomération ;
- la superficie des états utilisée comme une proxy du nombre de sites industriels disponibles.

Tous ces facteurs ont en effet, dans la plupart des modèles, une influence positive sur le choix de localisation des nouvelles usines. En revanche, des désaccords persistent quant au rôle des autres facteurs sur les décisions de localisation, en particulier pour ce qui concerne les facteurs institutionnels.

Les divergences obtenues dans les résultats et présentés dans le tableau 1.4 doivent cependant être considérées avec précaution. En effet, toutes les recherches empiriques citées n'utilisent pas la même définition de l'expression « décisions de localisation ». Dans la plupart des cas, une définition stricte similaire à celle utilisée dans le cadre de cette recherche est retenue. Cette définition conduit à n'étudier les choix de localisation que dans le cas de créations de nouvelles usines. En revanche, dans certains articles (Coughlin et alii, 1991 ; Chung et Alcacer, 2002), une définition plus large conduit à étudier, en plus des créations de nouvelles usines, les choix de localisation d'autres types d'investissements directs étrangers : opérations de fusion-acquisition, mais également, dans l'article de Coughlin et alii (1991), accroissements des participations, créations d'entreprises conjointes ou encore agrandissements d'unités de production existantes. Les divergences dans les résultats obtenus d'une étude à l'autre peuvent ainsi être dues, en partie, à ces différences dans la définition de l'objet de la recherche.

d. La contingence économique des logiques de choix de nouvelles localisations

Les auteurs de ces modèles attribuent les divergences dans les résultats qu'ils obtiennent à une hétérogénéité tout à fait rationnelle dans les comportements de localisation des entreprises. En effet, des décideurs parfaitement rationnels sont supposés choisir la localisation qui correspond le mieux au besoin de l'usine à localiser. Schmenner et alii (1987) supposent ainsi que le choix, par une entreprise, d'un site pour une nouvelle usine peut être représentée comme une interaction entre deux types de variables :

- les caractéristiques des différentes localisations disponibles (les facteurs de localisation) qui sont utilisées comme critères de sélection pour choisir une localisation particulière ;
- les caractéristiques du nouveau site à localiser et de l'entreprise concernée : Ces caractéristiques déterminent l'importance qui est accordée par le décideur à chacune des caractéristiques des différentes localisations envisagées lorsqu'il effectue son choix.

La prise en compte, en qualité de variables modératrices, des caractéristiques de la nouvelle usine et de l'entreprise concernée telles que le type de produit fabriqué, la nature du marché desservi par l'usine (marché local, national ou international) ou encore le type de processus de production permet ainsi à Schmenner et alii d'améliorer substantiellement le pouvoir explicatif de leur modèle, initialement assez faible (voir tableau 1.4).

De manière plus générale, ces recherches économétriques posent que les besoins d'une usine diffèrent selon le type de produits qui y est fabriqué. Dans les faits, cette variable de contingence est généralement approximée par le secteur d'activité auquel l'entreprise appartient. Ainsi, pour Bartik (1985), les entreprises appartenant à des secteurs d'activité intensifs en main d'œuvre seraient plus sensibles, dans leurs choix de localisation, au niveau du salaire moyen des différents Etats que celles appartenant à des secteurs intensifs en capital. Cependant, faute d'échantillons de taille suffisamment grande à ce niveau d'analyse désagrégé, peu de recherches vérifient effectivement le pouvoir explicatif du secteur d'activité des entreprises sur l'hétérogénéité de leurs comportements de localisation.

Malgré tout, Chung et Alcacer (2002) cherchent à prendre en compte une plus grande variété de logiques sous-jacentes aux choix de localisation de nouvelles usines. Ainsi, à côté des traditionnelles motivations liées à la recherche de facteurs de production à bas coûts et de la proximité avec les marchés, sur lesquelles les études précédentes se sont concentrées, ils postulent l'existence de comportements de localisation guidés par la volonté d'accéder à des connaissances techniques locales. Les résultats qu'ils obtiennent tendent à montrer que la diversité des motifs sous-jacents aux décisions de localisation s'explique effectivement par le

type de secteur d'activité auquel appartient l'entreprise : Une entreprise appartenant à un secteur à haute intensité technologique porterait ainsi plus d'attention à l'intensité de l'activité de recherche dans les différentes localisations envisagées. A l'inverse, une entreprise appartenant à un secteur à basse intensité technologique se désintéresserait de cette caractéristique locale et chercherait plutôt des facteurs de production à bas coût ou la proximité avec des marchés de taille importante. On retrouve ici, en filigrane, des typologies classiques des motifs de l'investissement à l'international telles que celle proposée par Dunning (1992). Dunning distingue quatre grandes catégories de motivations pour les investissements internationaux :

- la recherche de ressources : Dans ce cas, c'est la sécurité et le coût d'accès à des sources d'approvisionnement en ressources particulières (matières premières, main d'œuvre) qui explique le choix de localisation ;
- la recherche de marchés : Il s'agit d'investissements guidés par la volonté de desservir les marchés environnant la localisation choisie ;
- la recherche d'efficience : Ces investissements sont motivés par la volonté de tirer avantage de différences dans la disponibilité et le coût de certaines ressources entre différents pays ou régions ;
- la recherche d'actifs stratégiques : Cette dernière catégorie d'investissements vise à acquérir des actifs stratégiques qui permettront à l'entreprise de renforcer sa position concurrentille. Les décisions de localisation motivées par la recherche de connaissances (knowledge-seeking) que mettent en évidence Chung et Alcacer (2002) rentrent dans cette catégorie.

e. Des processus de choix différenciés en fonction de l'échelle géographique considérée

Afin d'accroître le réalisme de leurs modèles, certains auteurs cherchent également à prendre en compte la complexité inhérente à toute décision de localisation d'une nouvelle usine. Pour ce faire, Schmenner et alii (1987) et Woodward (1992) supposent que cette décision est prise en plusieurs étapes successives, chacune d'entre elles correspondant à une échelle géographique plus petite. Dans ce cadre, l'importance accordée aux différents critères de choix est supposée varier selon l'échelle géographique considérée. Schmenner et alii considèrent ainsi que les variables économiques influeront en priorité sur le choix d'une grande région des Etats-Unis. Ensuite, pour choisir un état au sein de la région présélectionnée, plus d'importance est accordée, selon eux, à des variables subjectives qui ne sont pas nécessairement prises en compte par leur modèle.

Cependant, et en dépit de cet effort louable, la prise de la décision de localisation est toujours présentée, dans ces recherches empiriques, comme un processus mécanique d'optimisation rationnelle. L'entreprise demeure une boîte noire et les processus interne aboutissant au choix d'une nouvelle localisation un mystère.

f. Les limites des études économétriques

Les résultats de ces études économétriques représentent une première approche de la manière dont les entreprises choisissent, dans les faits, les localisations de leurs nouvelles usines. Ces résultats doivent cependant être considérés avec certaines précautions qui restreignent sensiblement leur portée.

Les études économétriques ne cherchent pas réellement à comprendre les comportements individuels de localisation des entreprises mais plutôt à déterminer dans quelle mesure certaines variables particulières (surtout ici, le taux de syndicalisation et le niveau des impôts locaux) peuvent affecter ces comportements de localisation (Single et Kramer, 1996). Ce genre d'approches «partielles » (Hayter, 1997) des décisions de localisation risque fort de conduire à une surévaluation du rôle des facteurs étudiés par rapport à la réalité.

La démarche méthodologique adoptée comporte également des limites importantes. L'utilisation exclusive de données secondaires contraint en effet à réaliser, à partir des résultats statistiques obtenus, des inférences parfois contestables. Ainsi, le climat des différents états (mesuré par la température moyenne en Janvier, Schmenner et alii, 1987, ou encore par le nombre de jours « de chaleur » dans l'année, Woodward, 1992) est-il utilisé pour indiquer la préférence des entreprises pour des Etats présentant un bon niveau de qualité de vie pour leurs salariés. Le fait qu'un grand nombre de nouvelles usines aient été implantées, dans la période étudiée, dans les Etats les plus chauds des Etats-Unis ne signale pas nécessairement l'existence d'une relation de causalité entre les deux. Il peut tout aussi bien s'agir d'une simple coïncidence spatiale (Bailly et Béguin, 1993). Etant donné que, au début du XX° siècle, la très grande majorité de l'activité industrielle était concentrée dans le quart Nord-Est des Etats-Unis, qui est également la région la plus froide, tout déplacement de l'industrie hors de cette région fait nécessairement apparaître une corrélation positive entre climat et choix de localisation industriel, sans qu'il s'agisse pour autant d'un critère de choix explicitement considéré, dans les faits, par les décideurs (Aydalot, 1985). Malheureusement,

la combinaison, dans ces études, de l'utilisation d'approches inductives et l'usage exclusif de données secondaires ne permet pas de distinguer entre les deux interprétations.

En dernier lieu se pose la question de la pertinence du choix des variables proxy utilisées dans les modèles. L'utilisation très courante de la superficie des Etats comme proxy du nombre de terrains industriels disponibles qui s'offre aux entreprises est ainsi critiquée par Friedman et alii, (1991) qui proposent de la remplacer par le nombre de lots vacants dans les différents parcs d'activité des Etats, facteur beaucoup plus pertinent selon eux.

Ce choix des variables proxy pose également des problèmes importants pour qui chercherait à rapprocher les résultats empiriques obtenus des modèles théoriques. En effet, l'influence des économies d'agglomération sur les choix de localisation est généralement évaluée au travers du nombre d'usines implantées dans un état donné ou du nombre de salariés employés localement dans l'industrie. Les résultats obtenus montrent que les choix de localisation de nouvelles usines sont positivement affectés par ces caractéristiques mesurant la densité de l'activité industrielle dans les différentes localisations (voir le tableau 1.4). Néanmoins, les logiques sous-jacentes à ces résultats ne sont pas clairement explicitées. Il existe en effet une forte indétermination quant à la nature des phénomènes mesurés par cette variable, indétermination qui va bien au-delà de la complexité inhérente au concept d'économies d'agglomération. Ainsi, pour Bartik (1985), celle-ci représente, outre les économies d'agglomération, les effets de toutes les variables omises dans son modèle, ce qui rend particulièrement délicate toute interprétation des résultats qu'il obtient sur ce point.

Ces flottements sont toutefois bien moindres dans les recherches plus récentes (Florida et Smith, 1994 ; Head et alii, 1995) qui offrent, en se concentrant sur certains secteurs d'activités particuliers (le secteur de l'automobile en l'occurrence), une explication plus précise aux phénomènes d'agglomération observés. Ces précisions sont obtenues en spécifiant les caractéristiques des entreprises autour desquelles les nouvelles usines tendent, dans les secteurs étudiés, à s'agglomérer. Les résultats obtenus font apparaître l'importance des relations de sous-traitance industrielles dans la genèse de ces agglomérations. Les comportements de maximisation du profit des sous-traitants automobiles se trouveraient ainsi contraints par les exigences de proximité géographique exprimées par leurs principaux donneurs d'ordre, notamment dans le cadre de systèmes de livraison en juste-à-temps (Florida et Smith, 1994). Les auteurs de ces travaux entrevoient d'autres pistes d'explication de l'interdépendance des décisions de localisation étudiées. Ainsi, pour Head et alii (1995), l'implantation à proximité d'entreprises du même secteur peut permettre à un investisseur étranger de profiter de leur expérience pour tirer le meilleur parti de l'environnement local et

améliorer ainsi l'efficience des activités nouvellement implantées. Head et alii écartent toutefois cette explication de l'agglomération au profit des seules relations marchandes qui leurs paraissent, d'une part plus pertinentes sur le terrain qu'ils étudient et, d'autre part, plus aisées à mettre en évidence à partir de données secondaires.

2.3.2. Une approche inductive des décisions de localisation : l'identification des principaux facteurs de localisation

a. Avantages et contraintes propres aux enquêtes sur les facteurs de localisation

L'étude des déterminants des décisions de localisation de nouvelles usines a suscité l'émergence d'une autre littérature empirique particulièrement abondante. Par sa méthodologie, cette littérature se différencie nettement des recherches recourant à des modèles économétriques sur données secondaires. En effet, désireux de se rapprocher de la réalité des comportements de localisation des entreprises, les auteurs de ce deuxième ensemble de travaux empiriques préfèrent recourir, au moyen d'entretiens et, le plus souvent, d'enquêtes par questionnaire, à la collecte directe des perceptions des décideurs quant à la nature des facteurs de localisation « ayant eu une grande influence sur le choix de la localisation de l'usine implantée quelques temps auparavant » par leur entreprise (Fischer, 1994, p. 114). Ce type d'enquêtes doit permettre de classer les facteurs de localisation en fonction de leur importance aux yeux des décideurs.

La popularité de cette démarche méthodologique s'explique en grande partie par le fait que de telles enquêtes permettent d'obtenir directement de l'information auprès des décideurs, éliminant ainsi la nécessité de réaliser des inférences parfois hasardeuses à partir de données secondaires (Barkley et McNamara, 1994).

L'utilisation de cette approche comporte cependant d'importantes contraintes. En premier lieu, la liste des facteurs de localisation proposée aux répondants doit être aussi exhaustive que possible, toute omission étant de nature à entraîner des biais considérables dans les réponses (Barkley et MacNamara, 1994 ; Hayter, 1997). Or les cadres explicatifs développés par les économistes adoptent, pour des raisons de simplicité et d'aisance de modélisation, des approches partielles des décisions de localisation dans lesquelles seuls certains des facteurs qui influencent, dans les faits, les choix de localisation des entreprises sont intégrés (Krugman, 1998; L'Harmet, 1998). Or, « une analyse plus concrète trouvera mille différenciations possibles de l'espace » (Aydalot, 1985, p. 69), donc mille facteurs de localisation. Sans aller jusque là, force est de constater que les modèles théoriques ne sont pas

aptes à rendre compte de toute la complexité qui caractérise en pratique, la prise de décisions de localisation de nouvelles usines. De ce fait, plus encore que les études économétriques, les recherches empiriques s'appuyant sur des enquêtes privilégient les démarches inductives. En effet, les listes de facteurs de localisation proposées aux répondants résultent rarement d'une revue de la littérature théorique. Elles sont plutôt construites, soit à partir d'une revue des études empiriques précédentes de nature similaire, soit à partir d'observations ou d'entretiens exploratoires menés préalablement. En conséquence, les listes de facteurs de localisation utilisées varient sensiblement d'une enquête à l'autre.

En outre, ces enquêtes recourent à des protocoles de recherches très divers, tant au niveau de la composition de l'échantillon de décisions de localisation retenu que de la conception de l'instrument de collecte des données (Hayter, 1997). Elles sont également influencées par les spécificités des contextes nationaux et sectoriels très divers dans lesquels elles sont réalisées. Cette diversité rend particulièrement délicate toute entreprise de comparaison et de synthèse des différentes enquêtes par questionnaire réalisées sur cette thématique. De fait, l'ensemble de ces recherches empiriques se caractérise par un niveau relativement faible d'accumulation de connaissances, peu d'auteurs procédant réellement à une comparaison de leurs résultats avec ceux obtenus dans les recherches antérieures.

Cette diversité est encore accrue par le fait que ces enquêtes ne se sont pas cantonnées à l'étude des choix de localisation des seules usines. Selon Manzagol (1992), un tel parti pris constituerait en effet une profonde incompréhension du fait industriel. L'activité industrielle nécessite une part croissante d'activité tertiaire, que celle-ci soit ou non intégrée aux entreprises industrielles. La méthodologie de l'enquête a donc été appliquée à l'étude des décisions de localisation d'autres types de site au sein des entreprises industrielles : sièges sociaux, centres de recherche et développement, sites de services et, par extension, décisions de localisation de nouveaux sites prises par des entreprises de services aux entreprises.

Une autre difficulté à laquelle se heurte ce type de recherches empiriques consiste à trouver un échantillon suffisamment important de décisions de localisation récentes (ceci en vue de limiter les biais de mémoire des répondants, Jouvaud, 1996) pour assurer la significativité statistique des résultats. Cette difficulté est à l'origine de certaines simplifications abusives.

Ainsi, certains articles traitant des « choix de localisation » d'entreprises s'appuient en fait sur des résultats d'enquêtes réalisées sans référence à aucune décision de localisation particulière. Dans ce cas, les entreprises de l'échantillon sont interrogées soit par rapport à

d'hypothétiques futurs choix de localisation (Malecki et Bradbury, 1992), soit, le plus souvent, par rapport au choix de leurs localisations existantes (Coffey et alii, 1996; Jouvaud, 1996, Hodgkinson et alii, 2001). Cependant, ces localisations existantes sont parfois très anciennes (plus de 11 ans en moyenne dans l'étude réalisée par Coffey et alii, 1996), si anciennes qu'aucune des personnes ayant effectivement participé à la prise de la décision de localisation n'est plus présente dans l'entreprise à la date de l'enquête. Ces études empiriques permettent donc de mettre à jour, dans le premier cas, les cartes mentales des décideurs exprimant leurs préférences spatiales dans l'absolu ou, dans le deuxième cas, leur points de satisfaction par rapport à la ou aux localisation(s) actuelles(s) de leur entreprise. Elles ne doivent cependant en aucun cas être confondues avec les études s'intéressant à des décisions de localisation spécifiques (Hayter, 1997). En effet, des facteurs de localisation considérés importants par les décideurs dans l'absolu ne le seront plus forcément lorsqu'ils se retrouveront en situation de décision.

b. L'identification des variables expliquant l'hétérogénéité des comportements de localisation

La diversité des populations de décisions de localisation étudiées dans le cadre de ces enquêtes conduit tout naturellement leurs auteurs à s'intéresser de manière plus approfondie à l'hétérogénéité des comportements de localisation des entreprises et aux facteurs de contingence susceptibles de l'expliquer (Jouvaud, 1996).

Les exigences techniques et économiques de fonctionnement du site à implanter sont présentées comme le facteur explicatif premier de cette hétérogénéité (Fischer, 1994). Nishioka et Krumme (1973) distinguent ainsi les caractéristiques générales des localisations disponibles, qu'ils appellent « conditions de localisation », des facteurs de localisation en eux-mêmes. Selon eux, les entreprises interprètent l'ensemble de conditions de localisation en facteurs de localisation qui reflètent « leurs exigences spécifiques pour des décisions d'investissement spécifiques ».

Ces exigences de fonctionnement dépendent avant tout de la nature de l'activité principale du nouveau site. Ainsi, pour Aydalot (1985, p. 60), « les facteurs de localisation [pris en considération par les décideurs] ne sont pas les mêmes pour une usine, un entrepôt, un centre de calcul, un siège social, un bureau de vente, un laboratoire de recherche… ». Contrairement aux petites entreprises mono-site, les entreprises multi-sites de grande taille peuvent ainsi mettre en œuvre des stratégies dites de « disjonction fonctionnelle ». Celles-ci consistent à dissocier géographiquement, dans des sites différents, les diverses fonctions de

l'entreprise (activités de direction générale, activités de gestion courante, activités de recherche et développement, activités de production industrielle…) et à choisir dans chaque cas la localisation qui corresponde le mieux aux exigences et aux besoins de chacune des fonctions ainsi isolées (Fischer, 1994). L'existence d'une séparation géographique des différentes fonctions à l'intérieur des entreprises industrielles constitue un stimulus important à l'extension des enquêtes au-delà des seules décisions de localisation des nouvelles usines, vers les décisions de localisation de sites d'autres natures, notamment les centres de Recherche et Développement et les sites de « bureaux » (Aydalot, 1985).

L'étude de la localisation des établissements de production industrielle constitue cependant l'objet privilégié de ces enquêtes. Dans ce cas précis, l'importance accordée aux différents facteurs de localisation est supposée dépendre de la nature du ou des produits qui seront fabriqués dans la nouvelle usine. La ou les branches (souvent remplacées dans les recherches empiriques, par le secteur d'activité de l'entreprise) dont relève un site de production industrielle constitueraient donc également, à un niveau plus fin d'analyse, un facteur de contingence important en matière de choix de localisation.

Dans ce domaine, les géographes industriels recourent en particulier au modèle du cycle de vie du produit pour expliquer les différences de comportements de localisation entre branches (Hayter, 1997). Pour ce faire, ce modèle, initialement développé par Vernon (1966) pour expliquer le processus de développement de l'activité des entreprises à l'échelle internationale, est étendu aux échelles infra-nationales. Selon ce modèle étendu, au fur et à mesure que les produits progressent sur leur courbe du cycle de vie et se standardisent, les facteurs pris en considération lors de la décision de localisation de nouvelles usines évolueraient vers une recherche des coûts de plus en plus bas, notamment en matière de main d'œuvre. Ce modèle prédit donc, de manière générale, une dispersion géographique croissante des usines d'une branche donnée à la recherche d'une main d'œuvre peu coûteuse en direction à la fois des périphéries rurales des pays développés et des pays en voie de développement.

La taille du site à localiser est également supposée intervenir dans le choix d'une localisation. En effet, un site de plus grande taille aura des exigences en termes de main d'œuvre à embaucher et de surface occupée beaucoup plus importantes (Mérenne-Schoumaker, 1991). L'importance de ces exigences constitue une contrainte significative qui pourra, par exemple, conduire les entreprises à éviter les localisations rurales afin de ne pas

capter une part trop grande de la main d'œuvre locale ou, pire, de ne pas se trouver confrontée à une pénurie de main d'œuvre (Aydalot, 1985).

La nature de l'opération de localisation exerce également une influence sur l'importance qui est accordée aux différents facteurs de localisation (Mérenne-Schoumaker, 2002). Il convient ainsi de distinguer les décisions de localisation correspondant à des créations ex-nihilo de nouvelles capacités de celles correspondant à des transferts d'activités depuis des sites existants de l'entreprise. Dans ce dernier cas, la volonté de limiter la distance entre le nouveau site et le ou les sites d'origine du transfert, notamment dans le but de conserver le personnel qualifié employé localement, constitue un facteur de localisation particulièrement contraignant (Aydalot, 1985).

« Chaque facteur de localisation a un champ spatial qui lui est propre » (Aydalot, 1985, p. 66). Un déplacement de quelques centaines de mètres peut suffire pour faire varier certains facteurs tels que le prix des terrains ou la proximité avec des espaces de parking. A l'inverse, d'autres facteurs, comme le coût de la main d'œuvre, ne varieront de manière sensible qu'à une grande échelle géographique, d'une région à l'autre voire d'un pays à l'autre (Polèse, 1994). En conséquence, il paraît logique de considérer que tout choix de localisation résultera d'une succession de choix successifs réalisés à des échelles géographique de plus en plus petites. Il serait ainsi possible de distinguer une décision de s'implanter dans un pays ou une région particulière de la décision de sélectionner, au sein de ce pays ou de cette région d'accueil, un site particulier dans une localité particulière (Hayter, 1997).

c. Les principaux facteurs de localisation identifiés selon l'activité principale du site concerné

L'activité principale du nouveau site est une variable de contingence particulièrement importante. En effet, c'est elle qui est généralement utilisée pour délimiter les populations de décisions de localisation étudiées qui doivent être, de ce point de vue, le plus homogènes possible. De ce point de vue, les enquêtes les plus nombreuses sont, encore aujourd'hui, consacrées aux choix de localisation de nouvelles usines.

Les facteurs de localisation des nouvelles usines

Aydalot (1985) et Hayter (1997) proposent deux intéressantes synthèses des principales caractéristiques des localisations qui, d'après les nombreuses enquêtes réalisées auprès des entreprises, sont utilisées comme critères de choix dans le cadre de décisions de localisation de nouvelles usines (tableau 1.5).

Tableau 1.5 : Correspondance entre deux présentations synthétiques des principales catégories de facteurs de localisation considérés lors des décisions de localisation d'usines

Hayter (1997)		Aydalot (1985)	
Principales catégories de facteurs de localisation	Détail	Principales catégories de facteurs de localisation	Détail
Infrastructures de transport Matériaux Energie		**Coûts de transport et proximité des inputs**	
Marchés		**La proximité des marchés**	
Travail		**Le travail**	
Economies externes	Economies d'urbanisation Economies de localisation	**L'existence d'un milieu industriel (économies externes d'agglomération)**	
Infrastructures locales	Infrastructure économique (routes, , voie ferrée, ports, lignes à haute tension, services, zones d'activité..) Infrastructure sociale (écoles, universités, hôpitaux, bibliothèques…)	**L'infrastructure**	
Capital (surtout le capital-risque)		**Le marché financier**	
Terrains/Bâtiments		**Les terrains et bâtiments**	
		Les facteurs personnels	L'histoire individuelle propre de chaque entreprise et de chaque branche
Environnement	Qualité de vie		Les "aménités" locales
	Réglementation sur l'environnement		
Politiques publiques		**La fiscalité locale Les aides publiques L'attitude générale de la population vis-à-vis de l'entreprise (population, syndicats, collectivités locales)**	
		L'organisation des contacts internes à l'entreprise	

Hayter (1997) précise que chacune des grandes catégories de facteurs de localisation qu'il propose est complexe en ce sens qu'elle comprend à la fois des aspects tangibles, c'est-à-dire aisément quantifiables en termes monétaires, et des aspects intangibles, beaucoup plus difficiles à mesurer. Les facteurs liés au travail comprennent ainsi à la fois le niveau des salaires et des charges afférentes, mais aussi la disponibilité de main d'œuvre au plan local, son niveau de qualification, son taux de syndicalisation ou encore son niveau de productivité.. Hayter souligne le rôle central joué par les facteurs qualitatifs dans les choix de localisation. Le tableau 1.5 montre à quel point les ressemblances entre les catégories de facteurs de localisation proposés par Hayter et par Aydalot sont frappantes. Les quelques divergences entre les deux listes, telles que celles concernant le rôle de la réglementation sur l'environnement, peuvent s'expliquer en grande partie par les différences institutionnelles dans les contextes nationaux étudiés (l'Amérique du Nord pour les travaux passés en revue par Hayter, l'Europe dans le cas d'Aydalot).

On retrouve pour l'essentiel dans ces deux listes des facteurs de localisation traditionnels, déjà mis en avant dans les modèles conceptuels ou dans les modèles économétriques. De fait, l'analyse des réponses aux enquêtes révèle que les facteurs de localisation considérés, en moyenne, comme les plus importants par les répondants sont ceux liés à la main d'œuvre (Tong et Walter, 1980 ; Moriarty, 1983 in Hayter, 1997 ; Barkley et McNamara, 1994), la proximité avec les marchés (Tong et Walter, 1980 ; Haigh, 1990 ; Barkley et McNamara, 1994), la proximité avec des infrastructures de transport routières ou portuaires (Moriarty, 1983 in Hayter, 1997 ; Haigh, 1990) et les facteurs liés à la disponibilité de locaux ou de terrains présentant les caractéristiques recherchées (Tong et Walter, 1980 ; Ulgado, 1996).

Une catégorie de facteurs de localisation relativement nouvelle apparaît cependant. Il s'agit de ce qu'Aydalot appelle les « facteurs personnels ». Cette catégorie se compose de deux sous-catégories :

La première de ces sous-catégories, commune aux deux auteurs, regroupe les facteurs de localisation ayant trait à la qualité de vie. Ces considérations, intégrées aux modèles économétriques seulement au travers des aspects climatiques, reçoivent dans les enquêtes une définition de plus en plus détaillée et une attention de plus en plus soutenue (voir Love et Crompton, 1999, pour une présentation détaillée de cette catégorie de facteurs). Cet intérêt croissant pour le rôle de la qualité de vie dans les choix de localisation va de pair avec la place de plus en plus grande qu'occupent les activités manufacturières de haute technologie dans les

pays développés. Or, les choix de localisation pour ces activités « high-tech » sont guidés de manière déterminante par la nécessité d'accéder à des réservoirs de main d'œuvre qualifiée. Dans cette perspective, le choix d'une localisation offrant un bon niveau de qualité de vie doit permettre d'attirer et de retenir cette main d'œuvre qualifiée (Hayter, 1997 ; Malecki et Bradbury, 1992).

La deuxième sous-catégorie de facteurs est présente uniquement dans la liste proposée par Aydalot sous l'intitulé quelque peu obscur de facteurs liés à « l'histoire individuelle propre de chaque entreprise et de chaque branche ». Il s'agit en fait des facteurs de localisation reflétant les préférences personnelles des décideurs : les « commodités individuelles, l'origine familiale, la proximité d'un lieu de vacances » (Aydalot, 1985). Attribuer un rôle à ce type de facteurs dans les choix de localisation d'entreprises devrait conduire à l'abandon des références à la localisation optimale et au comportement de maximisation du profit au point même de pouvoir parler de logiques de choix « irrationnelles » (Méchin, 2001). Pourtant, il n'en est rien et Aydalot lui-même affirme que les enquêtes sur les localisations visent « à mettre un contenu précis derrière la recherche du profit maximal ou la minimisation des coûts de transport » (p. 66). De fait, pour lui, ces facteurs personnels peuvent souvent se ramener à des facteurs économiques sous-jacents. Et, même si certaines décisions de localisation peuvent paraître sortir des strictes limites de la rationalité économique, ces cas particuliers disparaissent lorsque l'on étudie un grand nombre d'observations, ce qui est le propre des enquêtes par questionnaire. Hayter, quant à lui, ne mentionne même pas le rôle des préférences personnelles des décideurs affirmant que ces facteurs ne sont pas présents dans les choix de localisation pour des établissements secondaires de production industrielle.

La séparation géographique des différentes fonctions qui prévaut dans les grandes entreprises industrielles (Hayter, 1997) a conduit à utiliser de méthodologies similaires pour étudier les choix de localisation des activités de R&D et des activités de services, qu'elles se situent dans le périmètre même des entreprises industrielles ou qu'elles relèvent d'entreprises spécialisées du secteur des services aux entreprises. Ces travaux présentent la même variété dans leur protocole de recherche que ceux sur les décisions de localisation de nouvelles usines. De ce fait, les mêmes difficultés de synthèse se posent les concernant. Cependant, dans le cas des décisions de localisation des activités de R&D (Malecki et Bradbury, 1992 ; Taggart, 1991) comme dans celui des activités de services (Schmenner, 1994 ; Coffey et alii, 1996 ; Jouvaud, 1996), il est frappant de constater la très large prédominance des enquêtes

effectuées sans référence à des décisions de localisation particulières. Les résultats auxquels parviennent leurs auteurs doivent donc être considérés avec d'autant plus de précautions.

La localisation des activités de R&D

Les résultats de l'enquête réalisée par Malecki et Bradbury (1992) aux Etats-Unis auprès des centres de R&D décentralisés (c'est-à-dire géographiquement distincts du siège social de l'entreprise) permettent de constater que les facteurs économiques traditionnellement mis en avant pour les choix de localisation des usines se voient accorder une place secondaire au profit de facteurs de localisation tenant à la facilité de communication et de déplacement du personnel entre les différentes composantes géographiques de l'entreprise (proximité d'aéroports, proximité avec le siège social de l'entreprise), à la qualité de vie des salariés du site mais aussi à des facteurs plus spécifiques, en particulier la proximité géographique d'universités. L'importance accordée à ces facteurs de localisation reflète la nécessité d'attirer et de retenir du personnel très qualifié, la volonté de la direction de l'entreprise de garder un contrôle étroit sur ces activités stratégiques ainsi que la recherche d'un accès à des connaissances techniques nouvelles. Sur ce dernier point, le caractère en partie tacite des connaissances recherchées requiert, pour leur transmission, des face-à-face physiques qui sont grandement facilités, dans nombre de cas, par la proximité géographique (Loilier et Tellier, 2003).

Tableau 1.6 : Classement des facteurs de localisation par ordre d'importance pour les activités de Recherche et développement décentralisées (Malecki et Bradbury, 1992)

Classement	Intitulé des facteurs de localisation
1	Opportunités de loisir
2	Proximité d'un aéroport
3	Attitude locale envers les entreprises
4	Restaurants et centres commerciaux
5	Climat général des affaires
6	Accessibilité avec le siège social de l'entreprise
7	Potentiel de croissance économique
8	Climat
9	Proximité d'une université
10	Equipements culturels
11	Coût des logements
12	Qualité des écoles privées
13	Coût de la vie
14	Disponibilité de personnel qualifié
15	Qualité des écoles publiques
16	Accessibilité des principaux fournisseurs
17	Accessibilité des marchés
18	Emplois pour les conjoint(s)s
19	Problèmes de circulation
20	Opportunités (pour les salariés) de fonder de nouvelles entreprises
21	Proximité avec d'autres établissements de recherche
22	Employeurs alternatifs - pour les employés
23	Proximité d'autres entreprises similaires
24	Proximité de la famille

La localisation des « bureaux » et des activités de services aux entreprises

La tendance à la concentration des activités de services aux entreprises, en particulier les services de haut niveau, dans les grandes aires urbaines a été soulignée de longue date. En conséquence, si changement de localisation il y a, ce sera essentiellement à l'intérieur de ces aires urbaines. De ce fait, les recherches empiriques consacrées aux choix de localisation des activités de services aux entreprises privilégient, dans leurs analyses, les échelles intra-urbaines (Schmenner, 1994 ; Coffey et alii, 1996). Ce choix d'échelle contraste fortement avec celui qui est fait dans le cas des études consacrées aux localisations de nouvelles usines, où l'échelle inter-urbaine est privilégiée (Polèse, 1994).

Le choix de cette échelle géographique va de pair avec la mise en avant de facteurs de localisation spécifiques. Le tableau 1.7 présente une partie des résultats de l'enquête effectuée par Coffey et alii (1996) auprès d'entreprises de services de haut niveau (services aux entreprises et services financiers, d'assurance et immobiliers) pour expliquer leurs choix de

localisation au sein de l'agglomération de Montréal au Canada. Seules les réponses concernant la localisation des activités de services aux entreprises ont été reportées ici.

A cette échelle géographique et pour ce type d'activité, les logiques de minimisation des coûts de transport de marchandises mises en avant pour expliquer les choix de localisation de nouvelles usines sont remplacées par la recherche de la minimisation des déplacements du personnel et d'une facilité plus grande dans les contacts en face-à-face avec les clients de l'entreprise. Les facteurs de localisation liés aux locaux d'activité voient également leur importance s'accroître.

Tableau 1.7 : Classement des facteurs de localisation par ordre d'importance pour les activités de services aux entreprises de l'aire urbaine de Montréal (Coffey et alii, 1996)

Classement	Intitulé des facteurs de localisation
1	Accessibilité en automobile pour le personnel
2	Accessibilité par les transports en commun pour le personnel
3	Accessibilité pour les clients
4	Accessibilité des clients pour le personnel
5	Accessibilité à des établissements complémentaires
6	Disponibilité d'espaces de parking
7	Disponibilité d'une surface suffisante
8	Coûts des terrains ou niveau des loyers
9	Qualité des bâtiments
10	Taxes municipales faibles
11	Environnement agréable
12	Proximité du centre-ville
13	Localisation visible ou prestigieuse
14	Disponibilité immédiate des locaux
15	Autres facteurs

d. Les limites des enquêtes sur les facteurs de localisation : une approche toujours néoclassique de l'entreprise et de la décision

Les réponses faites par les décideurs aux questionnaires ne recouvrent pas nécessairement leurs comportements réels. Ces biais dans les réponses données peuvent être dus à des problèmes de mémoire lorsque les décisions par rapport auxquels ils sont interrogés sont anciennes. Il peut également s'agir de biais de désirabilité sociale (Igalens et Roussel, 1998) qui les conduisent à ne pas admettre le rôle joué, dans leurs choix, par certains critères jugés peu conformes à l'image du manager tels que la proximité du nouveau site avec une résidence secondaire.

Pour contourner ce problème, Aydalot (1985) suggère de confronter les résultats obtenus à l'aide d'enquêtes par questionnaire avec des données secondaires. C'est précisément

ce qu'ont fait Barkley et McNamara (1994). Dans un premier temps, ils ont réalisé une enquête par questionnaire auprès de 740 entreprises ayant implanté une nouvelle usine en Géorgie et en Caroline du Nord, dans le Sud des Etats-Unis, entre 1979 et 1990. Les résultats de cette enquête par questionnaire ont ensuite été comparés aux caractéristiques réelles des différentes localités composant ces deux Etats. Conformément à la démarche adoptée dans les études économétriques sur les choix de localisation, les caractéristiques utilisées sont pour l'essentiel des données secondaires tirées de statistiques officielles.

Au total, Barkley et McNamara trouvent une cohérence forte entre les déclarations des répondants et ces données secondaires pour les facteurs les plus aisés à observer et à mesurer telle que la proximité d'une localisation avec une aire métropolitaine. Cette cohérence apparaît forte pour les décisions de localisation d'usines de taille importante. En, revanche, il n'en est pas de même pour les décisions de localisation d'usines de taille relativement modeste. Barkley et McNamara en concluent que « les réponses à l'enquête concernant les plus petites usines suggèrent que [les entreprises] utilisent des processus de recherche moins efficients ou que les variables proxy choisies ne reflètent pas les perceptions des entreprises de taille plus petite » (p. 33).

Au-delà des limites propres à la mise en œuvre de la méthodologie de l'enquête par questionnaire, ces résultats indiqueraient donc que d'autres facteurs de localisation, non pris en compte par Barkley et McNamara, qui se cantonnent aux facteurs traditionnels tenant au coût et à la disponibilité des inputs ainsi qu'à l'accès aux marchés, doivent être intégrés dans l'analyse pour comprendre les choix de localisation de ces petites usines.

Il pourrait fort bien s'agir des « facteurs personnels » signalés par Aydalot (1985) ou Curdado-Roura (1989). Barkley et McNamara ont pourtant expressément écarté de leur échantillon les décisions de localisation d'entreprises mono-site « afin de réduire la probabilité que les raisons personnelles aient dominé la décision de localisation » qui n'ont de ce fait pas été incluses dans la liste des facteurs de localisation proposés aux répondants. Mais ces raisons personnelles sont-elles pour autant absentes des décisions de localisation d'établissements secondaire industriels qu'ils étudient ?

Le choix effectué par Barkley et McNamara est cohérent avec la représentation de la décision de localisation sous-jacente à la plupart des enquêtes citées. Elle y apparaît en effet comme un exercice très mécanique de mise en cohérence de facteurs de localisation avec les caractéristiques des entreprises et de leur nouveau site de la part de décideurs économiquement rationnels et parfaitement informés.

Dans les faits, les enquêtes montrent que de multiples facteurs, dont beaucoup sont de nature qualitative, influencent les choix de nouvelles localisations par les entreprises, en particulier dans le domaine de la localisation industrielle. Cette multiplicité devrait conduire à une remise en cause de l'idée même de « localisation optimale » des modèles théoriques de la localisation. Le choix d'une localisation nouvelle par une entreprise apparaît plutôt comme le résultat d'un compromis entre les différents critères de choix envisagés (Perreur et Schärlig, 1994). Pourtant, même ce compromis tend à être présenté comme un « sacrifice conscient et rationnel » (Barkley et McNamara, 1994) des décideurs. En conséquence, peu, voire pas d'attention est portée à la manière dont ce compromis se forme à l'intérieur des entreprises.

En guise de synthèse

Les décisions de localisation, notamment celles qui concernent les activités de production industrielle, ont surtout attiré l'attention, en tant qu'objet de recherche à part entière, des économistes et des géographes.

Cet intérêt a donné lieu au développement de plusieurs ensembles de travaux largement disjoints les uns par rapport aux autres. Une séparation relativement nette apparaît d'abord entre les modèles théoriques de la localisation industrielle et les recherches et études empiriques effectuées sur ce thème, nombre de ces dernières adoptant des approches inductives.
Pourtant, l'ensemble de ces travaux a en commun une représentation, plus ou moins explicite, du processus de choix de nouvelles localisations par les entreprises comme des calculs optimisateurs réalisés par des décideurs économiquement rationnels et parfaitement informés.

Cette représentation se heurte toutefois à la complexité qui caractérise, dans la réalité, la plupart de ces processus de choix, surtout ceux concernant de nouvelles usines. De fait, certaines de ces recherches ont mis à jour des pistes conduisant à nuancer les hypothèses de rationalité économique des décisions prises.
Elles signalent en effet que des obstacles existent qui amènent les décideurs à s'écarter d'une hypothétique localisation optimale, qu'il s'agisse des pressions exercées par des clients ou donneurs d'ordres dans le cadre de relations de sous-traitance industrielle ou de l'intervention, dans leur raisonnement, de « facteurs personnels » dont la définition demeure d'ailleurs assez floue. A ces pistes, il convient d'ajouter les apports des approches en termes de districts industriels et de milieux innovateurs qui indiquent le caractère à la fois économique et social des phénomènes d'agglomération spatiale des activités économiques.

Toutefois, la concentration sur le point de vue des acteurs de l'offre d'implantation et le maintien du présupposé implicite de rationalité économique des décideurs entravent l'exploration approfondie et systématique de ces pistes de réflexion. Pour ce faire, il convient de se placer dans d'autres cadres conceptuels basés sur des modes d'appréhension différents de la rationalité des acteurs.

Chapitre 3 : Incertitude, information et institutions – De nouveaux cadres conceptuels pour appréhender les décisions de localisation

Présentation du chapitre

L'incertitude et l'ambiguïté caractérisant les choix de nouvelles localisations, en particulier dans les entreprises industrielles, incitent à mobiliser, pour les appréhender, d'autres cadres conceptuels que ceux reposant sur la stricte rationalité économique des décideurs.

Dans cette perspective, l'approche behaviouriste des décisions de localisation, élaborée par les géographes à partir des travaux de Simon et de Cyert et March, apparaît particulièrement pertinente (3.1.). Elle conduit à souligner la préférence des décideurs pour les aires géographiques sur lesquelles ils peuvent disposer au préalable de connaissances approfondies et spécifiques à l'activité de leur entreprise. Les réseaux de relations personnelles dont ils disposent peuvent notamment être mobilisés à cette fin.

Ces considérations invitent à concevoir les décisions de localisation comme des choix encastrés dans une réalité sociale qui dépasse les frontières de l'entreprise. Elles orientent la réflexion vers un autre cadre d'analyse potentiellement fécond, le néo-institutionnalisme sociologique, dont les applications à cette thématique n'en sont toutefois qu'à leurs premiers pas (3.2.).

Traditionnellement, les approches d'inspiration économique de la décision de localisation, qu'il s'agisse des modèles conceptuels ou des recherches empiriques, reposent donc sur une vision fondamentalement néoclassique de l'entreprise. Dans le cadre de cette vision, l'entreprise, considérée comme un agent individuel, est supposée adopter un comportement parfaitement rationnel visant à la maximisation de son profit. Cette maximisation est obtenue de manière très mécanique par le choix des valeurs optimales de variables environnementales (dans le cas des décisions de localisation, il s'agit des facteurs de localisation) qui s'imposent à elle (Coriat et Weinstein, 1995). Cette vision implique que les décideurs aient accès sans aucun coût à toute l'information dont ils ont besoin sur toutes les localisations alternatives. De plus, ces décideurs sont supposés être en mesure de synthétiser toute l'information ainsi collectée dans une fonction d'utilité unique reliant directement le choix d'une localisation particulière au niveau de profit (ou de coût) associé pour leur entreprise. Cette fonction d'utilité leur permet ensuite d'identifier la localisation optimale.

Cette représentation des choix de localisation d'entreprises et les hypothèses particulièrement restrictives sur lesquelles elle repose ont fait l'objet de nombreuses critiques lui reprochant son manque de réalisme (Cuadrado-Roura, 1989). En effet, dans la pratique, le

choix d'une nouvelle localisation apparaît comme une décision complexe, en particulier lorsqu'il s'agit d'implanter une nouvelle usine. Cet écart entre la complexité du réel (révélée notamment par les enquêtes par questionnaire sur les déterminants des décisions de localisation) et la simplicité de la représentation néoclassique a suscité l'émergence de nouvelles approches conceptuelles intégrant l'incertitude qui caractérise les décisions de localisation et ses conséquences pour les entreprises qui les prennent. Des géographes ont ainsi, de longue date, proposé une approche « behaviouriste » (Hayter, 1997 ; Mérenne-Schoumaker, 2002) des décisions de localisation en s'appuyant notamment sur les travaux de Simon (1959) et de Cyert et March (1963).

Le besoin de cadres explicatifs renouvelés se fait d'autant plus sentir que, à l'incertitude liée aux limites dans les capacités de collecte et de traitement de l'information des décideurs s'ajoute une incertitude « réelle » liée à l'horizon temporel de la réflexion en matière de localisation, en particulier de localisation industrielle. Toute création d'un nouveau site industriel constitue en effet un engagement localisé de ressources sur une période de temps longue. Or, les conditions locales, notamment économiques, qui justifient le choix de localisation au moment où celui-ci est effectué sont susceptibles d'évoluer sensiblement au cours de la vie du site. Le décideur n'est pas en mesure, au moment où il prend sa décision, d'anticiper ni même de probabiliser ces évolutions (Perreur et Schärlig, 1994). En outre, les effets de certaines caractéristiques locales telles que les externalités d'agglomération ne sont pas même appréciables *ex ante* pour une entreprise individuelle, puisque l'existence même de ces externalités dépend du comportement de localisation d'autres entreprises (Chanteau, 2001).

3.1. Les bases d'une approche behaviouriste de la décision de localisation

3.1.1. La représentation du processus de décision en situation de rationalité limitée

Pour Simon (1959), les notions de choix optimal et de procédure de minimisation ou de maximisation relèvent largement de l'abstraction théorique. En effet, si l'on peut considérer qu'un individu se comporte de manière à maximiser son utilité lorsqu'il est confronté à une situation de choix à la fois simple et transparente, il n'en est plus de même lorsque le contexte de choix se complexifie. Or, dans la réalité, l'individu, et *a fortiori* l'entreprise, doit faire face à un environnement complexe et instable. De fait, « le monde réel est si compliqué que la théorie de la maximisation de l'utilité a peu de pertinence pour

[expliquer] les choix réels » (Simon, 1959). Ce constat conduit Simon à remettre en question le modèle néoclassique du choix rationnel. Afin de mieux rendre compte des procédures effectives de prise de décision chez les individus et dans les organisations, il préconise de substituer à l'idée de rationalité substantive qui suppose l'omniscience des décideurs, la notion de rationalité limitée ou procédurale et rejette l'hypothèse de comportements de maximisation au profit d'une hypothèse de comportements de satisfaction (*satisficing*).

Le principe de satisfaction pose qu'un individu recherche non pas l'action qui donne le meilleur résultat dans des conditions données, mais une action qui conduit à un résultat jugé satisfaisant par rapport à un niveau d'aspiration qu'il se sera fixé au préalable (Coriat et Weinstein, 1995). Ce comportement de *satisficing* découle directement des limites à la rationalité des individus. Limitée, la rationalité des décideurs l'est de deux manières (Simon, 1979) :

- en premier lieu, les individus, lorsqu'ils doivent effectuer un choix, ne disposent que d'une information limitée sur leur environnement. Cette information limitée les empêche notamment de connaître l'ensemble des solutions alternatives possibles à un problème donné ;
- en deuxième lieu, les capacités de calcul des individus sont restreintes et rendent difficiles l'évaluation des conséquences des différentes solutions alternatives qu'ils ont pu identifier.

Il découle de ces deux limites que le monde tel qu'il est perçu par les individus est, en raison de distorsions et d'omissions dans leurs perceptions, « fantastiquement » différent du monde réel (Simon, 1959). Ces différences sont dues aux limites inhérentes à l'attention et aux capacités cognitives individuelles. Or, la décision ne sera pas prise en fonction de l'environnement objectif mais bien de l'environnement subjectif tel qu'il est perçu par le décideur. Cette approche rend inopérants les modèles néoclassiques de la décision qui postulent une adaptation mécanique des décideurs aux caractéristiques de leur environnement objectif. Elle conduit également à placer la perception du réel par les acteurs au centre de l'analyse des processus de prise de décision.

Par ailleurs, au sein des organisations, représentées comme des coalitions de groupes aux intérêts différents voire divergents (Cyert et March, 1963), la recherche d'un résultat satisfaisant est une procédure qui permet d'obtenir un compromis acceptable pour ces différents groupes (Coriat et Weinstein, 1995).

Aux côtés de ce principe de satisfaction, le deuxième concept central des modèles de choix en situation de rationalité limitée est celui de recherche (*search*). En effet, dans ce cadre

et à la différence de l'approche (néo)classique, les solutions alternatives parmi lesquelles le décideur fera son choix et leurs conséquences ne sont pas données mais doivent être recherchées et cette recherche à un coût. En conséquence, Cyert et March (1963) présentent ce processus de recherche comme un processus séquentiel d'exploration d'un nombre limité d'alternatives qui tend à commencer au voisinage des solutions retenues dans le passé et qui s'arrête dés qu'une solution satisfaisante, c'est-à-dire correspondant aux aspirations initiales, est trouvée. Ce processus est cependant adaptatif et les individus comme les organisations apprennent à partir de leur expérience. Les difficultés rencontrées lors du processus de recherche d'une solution peuvent ainsi entraîner son élargissement vers des alternatives plus éloignées des solutions passées, voire même donner lieu à une révision du niveau d'aspiration initialement fixé (Cyert et March, 1963).

3.1.2. Décision de localisation, information, rationalité limitée et incertitude

Pour Simon (1959), la vision néoclassique de la décision doit être remplacée par une autre vision dans laquelle l'entreprise apparaît comme « un organisme apprenant, estimant, cherchant et traitant de l'information » (p. 269).

De fait, les questions d'information sont au cœur des problématiques de choix de nouvelles localisations. Ces choix « doivent être compris en termes de recherche d'information et de stratégies d'apprentissage » (Hayter, 1997, p. 140). En matière d'information, le décideur à la recherche d'une nouvelle localisation est ainsi supposé se heurter à deux limites principales (Pred, 1967, 1969) :

- une limite tenant à la disponibilité de l'information sur les différentes localisations alternatives et aux coûts afférents à la collecte de cette information ;
- une limite tenant à sa capacité propre à utiliser l'information qu'il aura pu collecter.

a. Les difficultés d'accès à l'information

Dés lors que l'on abandonne l'hypothèse selon laquelle le décideur a accès instantanément à toute l'information dont il a besoin sur toutes les localisations alternatives envisageables, on suppose que ce décideur doit consentir un effort pour rechercher cette information. Or, cet effort a un coût qui peut s'exprimer à la fois en termes de temps passé à la recherche d'une information pertinente et en termes de coûts monétaires nécessaires pour y accéder. Les décideurs confrontés au choix d'une nouvelle localisation chercheront donc à minimiser ces coûts liés à la collecte d'informations sur les localisations.

D'autre part, toute l'information collectée ne sera pas d'égale valeur à leurs yeux. Plus d'importance sera ainsi attachée à une information qui a trait à la situation spécifique dans laquelle se trouve leur entreprise. Cependant, l'accès à ces informations d'un intérêt direct pour le décideur est parfois difficile donc d'autant plus coûteuse. De ce fait, la volonté de minimiser ses coûts de collecte et de sélection de l'information pourra conduire le décideur à réaliser son choix de localisation sur la base d'une information limitée en quantité et de qualité incertaine.

b. Les limites pesant sur la capacité à utiliser l'information

Le concept de rationalité limitée repose sur l'hypothèse que les capacités de traitement de l'information des individus sont intrinsèquement limitées. En conséquence, lorsqu'ils sont confrontés à des choix complexes, ces individus sont incapables, non seulement d'acquérir une connaissance complète de toutes les alternatives qui s'offrent à eux mais également de calculer les résultats attachés au choix de ces différentes alternatives.

Or, les enquêtes réalisées auprès de décideurs ont montré le nombre élevé de facteurs de localisation susceptibles, en pratique, d'affecter la profitabilité d'un nouveau site notamment lorsqu'il s'agit d'unités de production industrielle (Mérene-Schoumaker, 2002). En outre, beaucoup de ces facteurs sont, par nature, difficilement quantifiables. Dans le contexte actuel, les décideurs en quête d'un nouveau lieu d'implantation sont plutôt en situation de surinformation sur les caractéristiques des différentes localisations envisageables qu'en situation de pénurie d'information (Méchin, 2001). Les collectivités territoriales et les diverses agences de développement local sont ainsi disposées à mettre à leur disposition gratuitement, sur simple demande, voire même à leur propre initiative au travers de pratiques de démarchage (Joffre et Koenig, 1985), une somme considérable d'informations. Celles-ci ont toutefois, en règle générale, un caractère générique. Seule une petite partie s'avère pertinente pour leur situation particulière, nécessitant de la part des décideurs un effort important de sélection.

En théorie, tous ces facteurs et l'information s'y rapportant doivent donc être pris en compte lors du choix de la localisation d'un nouveau site. En pratique, la multiplicité des critères intégrés dans leur réflexion, le volume considérable d'information qu'ils doivent manier et les limites inhérentes à leurs capacités cognitives empêchent les décideurs d'établir une relation claire entre le choix d'une localisation particulière et le niveau de profit ou de coût qui lui est associé (Perreur et Schärlig, 1994). Dans ces circonstances, il n'y a plus lieu

de parler de localisation optimale mais, au mieux, de choix satisfaisant et les conséquences, en termes de performance, du choix de localisation, sont très incertaines pour le ou les cadres en charge de la décision.

3.1.3. La préférence des décideurs pour des localisations connues

Cette incertitude aura d'importants effets sur les comportements de choix de localisation des entreprises. En effet, dans ce cadre, les décideurs effectueront leur recherche d'un lieu d'implantation pour un nouveau site de manière :

- d'une part à limiter l'incertitude associée à la prise de la décision de localisation (Cyert et March, 1963) en vue d'éviter les erreurs majeures et coûteuses pour leur entreprise dans ce domaine ;
- d'autre part à limiter le montant des ressources, à la fois en temps et en argent, engagées dans ce processus de recherche d'une localisation satisfaisante.

Dans cette perspective, des travaux empiriques récents suggèrent que les décideurs vont rechercher des indices leur permettant d'apprécier *a priori* la viabilité, dans certains lieux géographiques particuliers, du nouveau site qu'ils souhaitent implanter (Baum et alii, 2000). Pour cette raison, ils tendront à accorder leur préférence, dans leurs choix de localisation, à des aires géographiques sur lesquelles ils disposent déjà (ou peuvent aisément acquérir) d'une connaissance intime. Cette préférence pour les aires géographiques connues peut affecter le processus de décision de localisation de deux manières :

- la connaissance qu'une entreprise peut aisément acquérir, d'une manière ou d'une autre, sur certaines aires géographiques peut être utilisée comme un facteur de localisation à part entière afin de sélectionner une localisation particulière au sein de l'ensemble de considération qu'elle étudie ;
- en amont dans le processus de décision, cette recherche d'une connaissance intime avec les localisations peut également influencer la construction de l'ensemble de considération au sein duquel l'entreprise effectuera son choix de localisation. Dans ce cadre, le choix d'une nouvelle localisation peut être vu comme un processus séquentiel (Cyert et March, 1963). Les entreprises tendront en effet à limiter, dans un premier temps leur recherche aux aires géographiques sur lesquelles elles peuvent acquérir aisément une connaissance approfondie (Pred, 1967). Elles n'élargiront leur recherche que dans un second temps, si aucune localisation satisfaisante n'a pu être trouvée dans ces aires géographiques connues.

La littérature identifie trois moyens principaux permettant à une entreprise d'acquérir à moindre coût une connaissance approfondie sur certaines aires géographiques. A chacun de ces moyens est associé un type de comportement de localisation spécifique.

a. L'inertie spatiale

L'expérience directe constitue la source de connaissances sur les environnements locaux la plus aisément accessible pour les entreprises. La présence préalable d'un ou de plusieurs de ses sites dans une aire géographique donnée fournit à une entreprise des connaissances « expérientielles » (Johanson et Vahlne, 1977) sur cette aire géographique, c'est-à-dire une information qui est à la fois aisément accessible, très détaillée, fiable et pertinente car spécifique à son activité. En outre, cette présence locale facilite l'identification et l'exploitation des opportunités qui peuvent se présenter dans les aires géographiques environnantes (Baum et alii, 2000). Pour cette raison, les choix de localisation des entreprises sont susceptibles d'être caractérisés par une inertie spatiale liée à l'aversion des décideurs pour le risque. Pour March (1991), cette aversion les conduit en effet à privilégier les comportements d'exploitation, c'est-à-dire à rechercher des solutions aux environs des solutions qui ont été retenues dans le passé, au détriment des comportements d'exploration de solutions radicalement nouvelles. Ces comportements d'exploitation ne prévaudront cependant que si les solutions précédemment choisies sont considérées comme des réussites.

b. Les comportements d'imitation

Les entreprises ne trouvent cependant pas nécessairement de lieu d'implantation satisfaisant pour leur nouveau site dans les aires géographiques où elles sont déjà implantées. Elles doivent alors prendre en considération des aires géographiques sur lesquelles elles ne disposent d'aucune expérience directe. Une entreprise peut réduire l'incertitude associée au choix d'une aire géographique dans laquelle elle n'est pas déjà présente grâce à l'observation et à l'imitation des choix antérieurs de localisation réalisés avec succés par d'autres entreprises (Greve, 2000).

Baum et Haveman (1997) considèrent que ces phénomènes d'imitation sont l'une des principales sources d'agglomération spatiale des établissements de services aux particuliers tels que les hôtels. De la même manière que pour les sites de production industrielle, la proximité géographique d'autres sites exerçant une activité similaire permet aux sites de services aux particuliers de bénéficier d'économies d'agglomération.

Pour les usines, les économies d'agglomération sont constituées d'externalités de production qui se traduisent, pour les entreprises présentes dans une agglomération donnée, par une baisse des coûts ou par une amélioration de l'efficience du processus de production. Pour les activités de services aux particuliers s'adressant à une demande par nature locale, les économies d'agglomération prennent la forme d'externalités de demande. La colocalisation avec d'autres entreprises exerçant le même type d'activité se traduit alors, pour une entreprise, par un accroissement de la demande qui s'adresse à son nouveau site (Shaver et Flyer, 2000).

Baum et Haveman (1997) distinguent deux sources principales d'externalités de demande liées à l'agglomération. Selon eux, la concentration géographique d'entreprises produisant des services de nature similaire permet :

- d'une part de réduire les coûts de recherche des consommateurs ;
- d'autre part de démontrer aux autres entreprises du secteur la faisabilité de leur activité et l'intensité de la demande dans le lieu géographique choisi, ce qui incite ces entreprises à l'imitation (Baum et alii, 2000).

Ces logiques de mimétisme peuvent être étendues au cas des sites de production industrielle en se basant sur la définition que Marshall (1920) donne, pour ce type d'activité, du concept d'économies d'agglomération. Dans cette définition, Krugman (1998) et les auteurs de la nouvelle géographie économique n'ont choisi de retenir que les externalités pécuniaires. Ce faisant, ils ont négligé les externalités informationnelles initialement évoquées par Marshall et dont le contenu leur semblait difficile à préciser (Krugman, 1991a). Ces externalités informationnelles sont généralement représentées sous la forme de transferts, souvent involontaires, de connaissances techniques sur les nouveaux produits ou procédés de production entre entreprises implantées à proximité les unes des autres. Toutefois, Shaver et Flyer (2000) suggèrent que ces externalités informationnelles peuvent également être liées au fait que la présence préalable en un lieu géographique d'usines appartenant à des entreprises d'un secteur donné démontre aux autres entreprises du secteur la viabilité de leurs activités de production en ce lieu.

Dans ce cadre, l'implantation par les entreprises de nouveaux sites à proximité de sites existants de nature similaire ne relève donc plus d'une stricte logique de rationalité économique mais indique plutôt leur volonté de limiter les risques associés au choix d'une localisation dont elles ne connaissent pas directement les caractéristiques. Le recours à l'imitation permet alors aux entreprises de palier leur méconnaissance de l'environnement local tout en respectant le principe d'économie dans les coûts de collecte d'information (Crozet et Mayer, 2002).

Tous les choix de localisation de toutes les entreprises ne feront cependant pas l'objet d'une égale attention et ne seront pas, de ce fait, imités. En effet, une entreprise est plus susceptible d'imiter les choix de localisation d'entreprises qu'elle perçoit comme comparables et dont l'observation est aisée (Greve, 1998). L'imitation, lorsqu'elle existe, est donc supposée porter avant tout sur les décisions de localisation des entreprises les plus grandes et appartenant au même secteur d'activité que l'entreprise imitatrice. En outre, pour Greve (1998), les décideurs tendent à copier les organisations qui sont les plus proches des leurs, tant géographiquement que socialement. Cette idée ouvre la voie à un troisième type de comportement.

c. L'utilisation, par les dirigeants, de leurs réseaux sociaux

La présentation qui est habituellement faite des comportements d'imitation ne comporte aucune indication particulière quant à la nature des canaux d'information utilisés par les décideurs pour observer, évaluer et, *in fine*, imiter les choix de localisation d'autres entreprises (Baum et Haveman, 1997 ; Greve, 2000). Elle laisse toutefois penser que ces comportements d'imitation sont plutôt le résultat d'observations extérieures et impersonnelles des choix de localisation réalisées par d'autres entreprises. Ces choix apparaissent alors comme autant de signaux envoyés aux autres entreprises du même secteur d'activité et leur indiquant la qualité du lieu géographique choisi (Crozet et Mayer, 2002). Dans cette perspective, l'imitation découlerait d'effets de démonstration « des décisions de localisation prises antérieurement sur les décisions de localisation actuelles » (Barry et alii, 2001).

S'en tenir à cette vision apparaît cependant d'un intérêt limité. Elle reviendrait en effet à adopter une conception « sous-socialisée » de l'action humaine proche de celle qui caractérise la tradition néoclassique en économie (Granovetter, 1985). A contrario, l'idée selon laquelle les transactions économiques se trouvent encastrées (*embedded*) dans un contexte social plus large conduit Granovetter à souligner l'importance du rôle joué par les relations interpersonnelles répétées dans la construction de la confiance mutuelle nécessaire à la réalisation de ces transactions.

Etant donnée l'incertitude qui entoure les décisions de localisation, on peut penser que les décideurs, lorsqu'ils recherchent de l'information hors de leur entreprise, auront tendance à favoriser l'information obtenue au travers de contacts directs et personnalisés (Ellis, 2000) de préférence aux informations publiées et donc largement disponibles (He, 2002).

Dans cette perspective, les réseaux sociaux des dirigeants peuvent être particulièrement utiles dans le processus de recherche et d'évaluation des localisations

potentielles. Ces réseaux permettent en effet d'obtenir des informations détaillées et pertinentes sur les environnements locaux et les opportunités d'investissements (Delios et Henisz, 2001 ; Adler et Kwon, 2002). Les liens sociaux tissés par les dirigeants autorisent ainsi la transmission des connaissances tacites acquises par d'autres organisations grâce à leur expérience directe de certaines localisations spécifiques. Les décideurs peuvent ainsi acquérir, au travers de leurs réseaux de relations personnelles, des informations dignes de confiance qui leur permettront de vérifier ou de compléter les données obtenues par d'autres sources, en particulier auprès des agences de développement locales ou nationales qui recourent de plus en plus aux techniques du marketing pour attirer les investissements des entreprises (Texier et Valla, 1992 ; Brossard, 1997 ; Girard, 1997, 1998).

La prise en compte de l'existence de réseaux de relations sociales entre les dirigeants d'une entreprise et ceux d'autres organisations, qu'il s'agisse d'autres entreprises ou d'organisations publiques ou para-publiques locales, ne doit pas être considérée de manière indépendante des comportements d'inertie spatiale et d'imitation présentés précédemment.

En effet, les décideurs seront plus enclins à imiter les choix de localisation d'autres entreprises dans lesquelles ils disposent de connaissances personnelles, soit en raison de relations d'affaires de longue date, soit en relation avec des liens de nature extra-professionnelle (relations amicales, relations familiales…).

En outre, avec le temps, toute entreprise aura tendance à tisser de tels réseaux de relations avec son environnement immédiat. Ces réseaux de relations peuvent prendre un caractère éminemment local, surtout dans le cas d'entreprises mono-site qui dépendent plus fortement que les entreprises multi-sites des ressources obtenues dans leur environnement géographique proche (Romo et Schwartz, 1995). L'existence de tels réseaux est de nature à accroître l'inertie spatiale dans les décisions de localisation ultérieures de l'entreprise. Cette inertie peut reposer en partie sur une logique économique mais elle relève également de la peur du changement et de l'incertitude associées à des décisions de localisation plus lointaines (Guillen, 2002).

3.2. Un cadre d'analyse complémentaire à l'approche par la rationalité limitée : le néo-institutionnalisme sociologique

Le fait que les dirigeants d'entreprises puissent utiliser leur réseau de relations personnelles dans le cadre de la prise d'une décision de localisation attire l'attention sur un

autre cadre explicatif qui peut être mobilisé avec profit pour analyser cette catégorie particulière de décisions : le néo-institutionnalisme sociologique.

Les apports du néo-institutionnalisme sociologique à la compréhension du comportement des organisations sont structurés autour de quelques idées directrices. La première et la plus importante de ces idées directrices consiste précisément à considérer les phénomènes économiques comme imbriqués ou encastrés dans un contexte social plus large.

3.2.1. Les bases de l'approche néo-institutionnaliste des organisations

a. L'encastrement social des organisations

La notion d'encastrement (*embeddedness*), initialement développée par Polanyi pour opposer sociétés anciennes et sociétés modernes fondées sur les logiques de marché, a été récemment remise au goût du jour par les travaux de Mark Granovetter (1985, 1994). A la différence de Polanyi, Granovetter considère que, même dans les économies de marché modernes, les actions économiques sont socialement encastrées.

La reconnaissance de cet encastrement va de pair avec le rejet de toute conception sous-socialisée de l'action humaine. Les critiques de Granovetter sont plus particulièrement adressées aux travaux s'inscrivant dans la tradition utilitariste en sciences économiques, des premiers auteurs classiques et néoclassiques jusqu'au néo-institutionnalisme économique (Coase, 1937 ; Williamson, 1985). Sans pour autant tomber dans l'excès inverse, Granovetter propose de substituer à la vision atomistique des actions économiques que véhicule l'utilitarisme une vision plus large permettant de prendre en compte les réseaux de relations sociales dans lesquels acteurs individuels et collectifs sont imbriqués.

Le néo-institutionnalisme sociologique s'inscrit dans une perspective similaire en replaçant les organisations dans leur contexte social (ou institutionnel) plus large (Bensédrine et Demil, 1998). Placer l'analyse à un niveau méso, entre l'organisation considérée individuellement et la société dans son ensemble, permet de rendre compte de comportements organisationnels que l'analyse économique traditionnelle ne permet pas d'appréhender. Il s'agit en particulier de comprendre les origines de la tendance constatée des certaines organisations à adopter des structures et des comportements relativement homogènes. La prise en compte des seules forces concurrentielles se révèle insuffisante à expliquer cette tendance à l'homogénéisation. Pour les tenants de l'approche néo-institutionnelle des organisations, au jeu des forces de marché s'ajoute celui des forces institutionnelles.

La nature exacte de ces forces institutionnelles n'est pas aisée à déterminer en raison de la polysémie du terme « institution ». A cette première difficulté s'ajoute le fait que peu d'auteurs néo-institutionnalistes prennent la peine de définir de manière précise le sens qu'ils donnent à cette notion. En première approche, une institution peut être définie comme un ensemble d'habitudes de pensée et de raisonnements qui se transforment en routines au fil du temps (Bensédrine et Demil, 1998). Les institutions se trouvent donc avant tout dans l'esprit des individus. Elles orientent leurs comportements en façonnant leurs systèmes de valeurs et de préférences sans que ceux-ci en aient nécessairement conscience. Dans cette perspective, les institutions prennent donc, en quelque sorte, le caractère d'évidences[26] dans un contexte culturel et historique donné. Néanmoins, ces institutions, par essence cognitives, sont souvent associées à des organisations particulières qui les soutiennent et les diffusent, telles que l'Etat, les organisations religieuses, les établissements d'enseignement, les syndicats, les cabinets de conseil ou encore les associations professionnelles. Elles peuvent également être traduites sous forme de règles plus formelles auxquelles sont alors associés des mécanismes de sanction-retribution que certaines organisations, généralement gouvernementales, sont chargées d'appliquer.

Les sociologues néo-institutionnalistes considèrent que les forces institutionnelles qui s'exercent sur une organisation émanent en premier lieu des différents acteurs qui composent son champ organisationnel. Le champ organisationnel constitue donc l'échelle d'analyse privilégiée de cette approche des organisations. Il est constitué de l'ensemble des organisations produisant des biens et services similaires, ainsi que des différentes organisations qui ont une influence critique sur elles (fournisseurs de ressources, consommateurs des biens et services produits, agents chargés de réglementer le fonctionnement du champ, Di Maggio et Powell, 1983)

Les champs organisationnels apparaissent et se structurent à mesure que les interactions et l'attention mutuelle entre les organisations qui les composent s'accroissent. Plus un champ organisationnel est fortement structuré, plus les forces institutionnelles s'exerçant sur les organisations qu'il contient sont puissantes.

[26] Les néo-institutionnalistes anglo-saxons emploient à ce sujet l'expression *taken-for-granted*.

b. Les principaux processus d'isomorphisme institutionnel

Le néo-institutionnalisme sociologique moderne s'inscrit, comme le signale l'utilisation du préfixe « néo », dans le prolongement d'approches bien plus anciennes (Huault, 2002 ; Desreumaux, 2004). Il est ainsi possible de faire remonter ses origines jusqu'aux travaux des premiers institutionnalistes américains tels que Thorstein Veblen (Swedberg, 1994).

Son développement initial est fondé sur quelques travaux fondateurs (Meyer et Rowan, 1977 ; Di Maggio et Powell, 1983). Meyer et Rowan (1977) soulignent que l'adoption de structures formelles par les organisations relève plus de leur volonté d'accroître leur légitimité en se conformant aux « mythes » rationnels qui prévalent dans leur environnement social direct que de l'efficacité intrinsèque de ces dispositifs structurels.

L'article de Di Maggio et Powell (1983) constitue toutefois une étape incontournable, ne serait-ce que par la fréquence avec laquelle il est cité par les spécialistes en sciences de gestion (Desreumaux, 2004), pour l'application de la pensée néo-institutionnaliste aux comportements organisationnels.

Selon Di Maggio et Powell, des organisations évoluant dans un champ fortement structuré tendent à adopter des formes et des pratiques de plus en plus homogènes sans que ces formes et pratiques aient nécessairement des effets bénéfiques avérés sur leur performance économique. Ce comportement est avant tout destiné à renforcer leur légitimité aux yeux des autres acteurs de leur champ. Di Maggio et Powell qualifient ce processus d'homogénéisation des organisations au sein d'un champ d'isomorphisme institutionnel. Ils distinguent cet isomorphisme institutionnel de l'isomorphisme concurrentiel lié à la concurrence sur les marchés des biens et services et qui a notamment été mis en avant par Hannan et Fremman (1977, 1984) pour expliquer les tendances à l'homogénéisation, par le jeu de mécanismes de sélection, au sein de populations d'organisations confrontées à des contraintes techniques et économiques similaires.

Ils identifient ensuite trois types de processus isomorphiques :

L'isomorphisme mimétique

Lorsque les organisations sont confrontées à des situations incertaines, elles tendent à rechercher dans leur environnement immédiat des modèles qui ont fait leurs preuves. Elles sont donc incitées à imiter les choix réalisés par d'autres organisations qui ont fait face avec succès à des situations similaires à la leur. Le recours à l'imitation constitue alors une réponse

à l'incertitude à laquelle les organisations sont confrontées. Pour Di Maggio et Powell, il s'explique par la quête d'une légitimité externe davantage que par le souci d'améliorer l'efficience du fonctionnement interne des organisations. Dans ce cadre, une organisation est susceptible d'imiter les choix d'autres organisations appartenant à son champ y compris en l'absence de toute preuve que ces choix lui permettront d'améliorer cette efficience.

L'isomorphisme coercitif

L'isomorphisme coercitif résulte de pressions formelles et informelles exercées sur une organisation par d'autres organisations dont ses ressources (financières, humaines ou en termes de légitimité) dépendent. Dans le cadre de cette deuxième forme d'isomorphisme institutionnel, le non-respect des règles institutionnalisées s'accompagne de sanctions pour l'organisation déviante, certains acteurs de son environnement pouvant alors lui refuser l'accès aux ressources qu'ils contrôlent et dont elle a besoin.

L'environnement légal des organisations constitue la source première d'isomorphisme coercitif. Ce pouvoir coercitif échoit aux organisations gouvernementales, quel que soit le niveau de gouvernement considéré. Les choix d'une organisation peuvent cependant être contraints par des pressions émanant de tout autre type d'organisation dont ses ressources dépendent de manière critique. Il peut ainsi arriver qu'une entreprise doive se conformer aux exigences d'un de ses fournisseurs ou distributeurs exclusifs lorsque celui-ci est difficile à remplacer.

L'isomorphisme coercitif, tel qu'il vient d'être défini, rejoint l'analyse des comportements organisationnels fondée sur la dépendance en ressources (Pfeffer et Salancik, 1978). Ce cadre d'analyse a d'ailleurs inspiré l'essentiel des travaux empiriques sur les pressions coercitives auxquelles les organisations sont soumises. Les sociologues néo-institutionnalistes ont en effet eu tendance à négliger cette forme d'isomorphisme, réticents à l'idée de qualifier d'institutionnels des comportements maintenus par le seul exercice d'un pouvoir contraignant (Powell, 1991).

L'isomorphisme normatif

Aucun mécanisme coercitif n'est assorti à l'isomorphisme normatif. Les normes sont en effet intériorisées par les individus. Elles orientent leurs comportements, généralement de manière inconsciente, mais ne les contraignent pas.

Di Maggio et Powell (1983) mettent l'accent sur les normes professionnelles. Pour eux, les individus appartenant à une profession particulière, définie comme un objet

socialement construit, sont sujets aux mêmes pressions mimétiques et coercitives que les organisations dans leur champ organisationnel. Ces mécanismes d'isomorphisme normatif contribuent donc à l'homogénéisation des comportements des individus exerçant des fonctions similaires dans des organisations différentes.

Les normes professionnelles sont propagées, pour Di Maggio et Powell, par deux catégories d'organisations :

- les universités et les organismes de formation continue, au travers de l'enseignement qu'ils dispensent ;
- les syndicats et associations professionnelles qui constituent autant de réseaux traversant les frontières des organisations.

Elles sont renforcées par les critères utilisés pour le recrutement de certaines catégories de personnel ainsi que par des phénomènes de socialisation au travail.

Ainsi, pour Di Maggio et Powell, des cadres dirigeants issus des mêmes universités et recrutés selon des critères similaires auront la même approche des décisions et de ce qui est légitime ou pas. Confrontés à des problématiques de choix comparables, ils tendront donc à y apporter des solutions similaires. Les organisations qu'ils dirigent sont de ce fait susceptibles d'avoir un comportement relativement homogène.

Les trois formes d'isomorphisme institutionnel distinguées par Di Maggio et Powell sont complémentaires et s'exercent souvent de concert sur les organisations d'un champ donné. Ces trois processus isomorphiques ont cependant des effets similaires. Leur action conjuguée conduit en effet les organisations appartenant à un même champ organisationnel à faire des choix qui les rendent de plus en plus homogènes au fur et à mesure que le champ se structure. Bien que ces choix puissent être sous-optimaux du strict point de vue de l'efficience économique, ils ne sont pas pour autant exempts de toute rationalité calculatrice. Les organisations sont récompensées pour leur similarité avec d'autres organisations de leur champ. Celle-ci se traduit en effet par une légitimité accrue auprès des agents externes qui leurs fournissent leurs ressources essentielles (Powell, 1991). Ce surcroît de légitimité « facilite la réalisation de transactions, l'attraction du personnel, le maintien d'une bonne réputation et l'égibilité pour des contrats et des aides » (Powell, 1991, p. 190, d'après Di Maggio et Powell, 1983) à la fois publics et privés. Une organisation a donc intérêt à se conformer aux attentes et aux exigences de son environnement social afin d'accéder aux ressources dont elle a besoin et, ainsi, d'améliorer ses perspectives de survie. C'est ce qui explique que les pratiques institutionnalisées puissent se perpétuer au fil du temps.

L'adoption d'une approche néo-institutionnaliste des comportements organisationnels ne conduit donc pas à nier l'idée même de rationalité mais plutôt à souligner la pluralité des rationalités à l'œuvre dans les organisations (Desreumaux, 2004).

c. Le rôle des acteurs face aux forces institutionnelles

La présentation qui vient d'être faite laisse à penser que les organisations subissent passivement les forces institutionnelles qui émanent de leur environnement social, ne serait-ce que parce que les acteurs eux-mêmes n'ont pas conscience de leur action. De fait, de nombreux travaux néo-institutionnalistes réalisés dans les années quatre-vingts considèrent le comportement des organisations comme déterminé par un environnement institutionnel contraignant et hors d'atteinte de toute action individuelle (Bensédrine et Demil, 1998).

Granovetter (1985) invite cependant à repousser cette tentation du déterminisme social avec autant de force que le déterminisme économique utilitariste. Il est utile de rappeler à ce point que nombre de sociologues néo-institutionnalistes, Di Maggio et Powell (1983) en tête, envisagent l'évolution des organisations plus comme le résultat de mécanismes d'adaptation que comme le produit de mécanismes darwiniens de sélection, que ceux-ci trouvent leur origine dans les forces du marché ou dans les pressions sociales. Dans ce cadre, il est logique de penser que les organisations disposent de marges de manœuvre pour s'adapter aux demandes de leur environnement institutionnel, pour les gérer de manière consciente et réfléchie (Noël, 2003).

Il convient tout d'abord d'insister sur le fait que les règles sociales ne sont pas intangibles. L'acteur, individu ou organisation, a la possibilité, dans certaines circonstances, d'agir sur ces règles dans un sens conforme à ses intérêts propres en remettant en question les institutions existantes. L'acteur envisagé comme un « entrepreneur institutionnel » peut ainsi participer, par son action volontariste, à l'émergence de nouvelles structures institutionnelles qui sont appelées à remplacer les structures existantes (Bensédrine et Demil, 1998).

Au sein même d'un système d'institutions existantes, les organisations sont en mesure de se ménager des espaces de liberté considérables et d'utiliser les règles institutionnelles dans un sens qui leur est favorable.

Powell (1991) discerne dans la complexité des environnements institutionnels auxquels les organisations sont confrontées l'origine même de leur liberté d'action. Elles obtiennent en effet les ressources qui leurs sont nécessaires auprès de multiples organisations externes qui constituent autant de sources potentielles d'isomorphisme institutionnel. Dans ce contexte, il leur est possible de résister à certaines de ces pressions externes, y compris aux

pressions d'ordre coercitif, en choisissant de satisfaire certaines attentes sociales et pas d'autres, voire même en jouant une source de légitimé contre une autre. Les organisations ont donc, pour Powell, la possibilité de répondre de manière stratégique aux attentes des acteurs de leur environnement.

Oliver (1991) considère ainsi que les organisations sont en mesure d'apporter des réponses différenciées aux pressions à la conformité exercées par leur environnement institutionnel. L'acceptation passive n'apparaît pas comme la seule alternative à leur disposition. D'autres stratégies conscientes sont envisageables, allant jusqu'à la manipulation des normes institutionnelles (tableau 1.8). Toutefois, la marge de manœuvre dont dispose l'organisation ne dépend pas de la seule volonté de ses dirigeants, mais aussi de la nature et des caractéristiques des pressions qui pèsent sur elle.

Tableau 1.8 : Les différentes stratégies envisageables pour répondre aux pressions institutionnelles (Oliver, 1991)

Stratégies	Tactiques	Exemples
Acceptation	Habitude	Suivre les normes invisibles et tenues pour acquises
	Imitation	Copier les modèles institutionnalisés
	Soumission	Obéir aux règles et accepter les normes
Compromis	Equilibrage	Trouver un équilibre entre les multiples attentes exprimées
	Pacification	Apaiser les pressions institutionnelles
	Marchandage	Négocier avec les partenaires institutionnels
Evitement	Dissimulation	Dissimuler la non-conformité
	Relâchement	Relâcher les liens avec les partenaires institutionnels
	Fuite	Changer d'objectifs, d'activités, d'environnement
Défi	Mépris	Ignorer les normes et les valeurs explicites
	Récusation	Contester les règles et les attentes
	Attaque	Attaquer les sources de pression institutionnelle
Manipulation	Cooptation	Intégrer les éléments d'influence
	Influence	Participer à la construction des valeurs et des critères
	Contrôle	Dominer les sources de pression et les processus d'institutionnalisation

Sources : D'après Oliver (1991) et Noël (2003).

La prise en compte de la structure sociale dans laquelle est insérée l'action des organisations serait donc compatible avec l'idée de choix stratégique de la part de décideurs conservant leur libre-arbitre. Les processus institutionnels interviennent alors comme un facteur explicatif parmi d'autres qui s'ajoute et se superpose aux logiques d'optimalité économique.

d. L'utilisation de l'approche néo-institutionnaliste dans les champs concurrentiels

Selon les champs organisationnels considérés, la survie et la réussite des organisations dépendent plus ou moins fortement de leur conformité avec les attentes de leur environnement institutionnel. Pour Di Maggio et Powell (1983), ces processus d'isomorphisme institutionnel sont particulièrement puissants dans les champs où la pression concurrentielle est atténuée par l'existence de barrières légales ou fiscales à l'entrée et à la sortie, comme pour les établissements hospitaliers, et où les organisations ne sont pas jugées à l'aune des seuls critères économiques, comme cela est le cas pour les opéras. Au sein de ces champs particuliers, les institutions sont supposées primer sur la rationalité économique dans l'explication des comportements observés.

Dans le prolongement de ces remarques, l'attention des chercheurs adoptant une approche néo-institutionnaliste des comportements organisationnels a eu tendance, pendant un temps, à se concentrer sur les organisations à but non-lucratif et sur les organismes publics. Par là même, ils ont délaissé les champs concurrentiels supposés moins « institutionnalisés » (Bensédrine et Demil, 1998) et, en conséquence, dominés par les comportements relevant de la rationalité instrumentale. Powell (1991) considère l'opposition entre, d'un côté, des secteurs institutionnalisés et, de l'autre, des secteurs concurrentiels, ou, pour reprendre ses termes, « techniques », comme profondément artificielle. Elle doit, selon lui, être dépassée en considérant que toutes les organisations sont soumises simultanément à des forces concurrentielles et à des forces institutionnelles, mais que leur importance respective dans l'explication des comportements organisationnels varie d'un champ à l'autre. Ainsi, comme le soulignent Di Maggio et Powell eux-mêmes, isomorphisme concurrentiel et isomorphisme institutionnel représentent des explications plus complémentaires qu'opposés des dynamiques organisationnelles.

En conséquence, même dans les secteurs concurrentiels, les facteurs institutionnels influencent les comportements des entreprises. Celles-ci se préoccupent donc, au travers de leurs décisions, non seulement des aspects strictement économiques de leur gestion mais également de leur légitimité sociale.

L'analyse néo-institutionnaliste des organisations a ainsi été récemment étendue à l'étude des comportements des entreprises dans des secteurs concurrentiels (Bensédrine et Demil, 1998). Cependant, l'importance de l'isomorphisme institutionnel au sein de ces champs ne doit pas être surestimée, au risque de tomber dans une vision sur-socialisée des comportements des entreprises. L'objectif des recherches empiriques doit alors être d'évaluer

le pouvoir explicatif de l'approche institutionnelle comparé à celui d'autres cadres d'analyse, notamment économiques, des comportements d'entreprises (Palmer et alii, 1993) et la manière dont se combinent les différentes logiques d'action qu'ils mettent en avant (Desreumaux, 2004).

3.2.2. Quelques pistes pour une analyse néo-institutionnaliste des décisions de localisation

L'application de l'approche néo-institutionnelle des organisations aux décisions de localisation d'entreprises doit permettre d'améliorer la compréhension des logiques qui les sous-tendent et ainsi de compléter les apports des approches économiques et en termes de rationalité limitée de ces décisions. Cette amélioration se situe essentiellement à deux niveaux :

En premier lieu, elle invite à considérer l'entreprise comme inscrite dans un réseau social structurant. Dans ce cadre, les décisions de localisation n'apparaissent plus seulement comme le produit de processus de prise de décision strictement internes. Elles sont également influencées, de manière consciente ou inconsciente, explicite ou implicite, par les attentes des acteurs de l'environnement social immédiat des entreprises. Les réseaux de relations personnelles des dirigeants d'entreprises participent de cette influence de l'environnement institutionnel sur leurs décisions.

Dans un deuxième temps, le néo-institutionnalisme sociologique permet d'expliquer des comportements de localisation que la seule référence aux logiques économiques conduirait à qualifier d'« irrationnels » (Méchin, 2001) ou de « personnels » (Aydalot, 1985). Ce cadre d'analyse apporte ainsi un éclairage nouveau sur le rôle des réseaux sociaux des dirigeants d'entreprises dans leurs choix de localisation. Une approche en termes de rationalité limitée conduit à donner à ces réseaux de relations personnelles un rôle de sources d'informations dignes de confiance permettant aux entreprises d'améliorer le niveau de leurs connaissances sur certaines aires géographiques. Dans le cadre d'une approche néo-institutionnaliste, ils constituent le vecteur des normes institutionnalisées. Ces réseaux apparaissent également comme une source de contraintes poussant des entreprises et des individus soucieux de leur légitimité sociale à la conformité dans leurs actions (Huault, 2004).

L'intérêt de ce cadre est d'apporter une vision plus « contextuelle » (Desreumaux, 2004) de la rationalité des décisions de localisation pour mieux en restituer les logiques sous-jacentes.

a. Une évaluation préliminaire de l'intérêt de ce cadre d'analyse pour l'étude des décisions de localisation

L'éventualité du recours, par les dirigeants d'entreprises, à leurs réseaux sociaux pour le choix d'un nouveau lieu d'implantation aboutit naturellement à envisager les entreprises en relation avec leur environnement social immédiat. L'adoption de cette vision de l'entreprise en société conduit donc à considérer le néo-institutionnalisme sociologique comme un cadre d'analyse potentiellement intéressant. Cependant, au-delà de cette intuition initiale, quels sont les éléments logiques qui permettent de penser que l'utilisation de ce cadre d'analyse soit à même d'améliorer de manière sensible la compréhension des comportements de localisation d'entreprises et de leurs déterminants ?

Pour répondre à cette question, il faut tout d'abord rappeler que l'objectif initialement affiché par Di Maggio et Powell (1983) est de proposer une explication sociale aux tendances, constatées dans certaines populations d'organisations, à l'homogénéisation des structures et des comportements.

Or, économistes et géographes n'ont de cesse de souligner l'importance et le caractère cumulatif des phénomènes d'agglomération spatiale des activités économiques. Ces phénomènes d'agglomération sont le reflet d'une homogénéisation croissante au fil du temps des choix de localisation des entreprises, en particulier au sein d'un même secteur d'activité.

Il est cependant possible d'adopter une argumentation allant à l'encontre de cette hypothèse d'homogénéisation croissante. En effet, dans les secteurs industriels les plus matures, l'intensification de la concurrence par les coûts pousse les entreprises à transférer leurs usines hors des lieux d'agglomération antérieurs vers des localisations plus périphériques et relativement plus isolées, notamment pour profiter de coûts de main d'œuvre plus faibles. Au premier abord, ce mouvement peut s'interpréter comme le signe d'une hétérogénéisation croissante des comportements de localisation des entreprises appartenant à ces secteurs. Tel n'est pourtant pas nécessairement le cas. Il existe en effet une certaine homogénéité dans les nouvelles localisations choisies et ce tant à l'intérieur des territoires nationaux (par exemple, aux Etats-Unis, ces mouvements s'effectuent des états du Nord-Ouest, cœur industriel traditionnel du pays, vers les états de la Sun Belt, Bartik, 1985), qu'à l'échelle internationale (ainsi de la prédilection des entreprises européennes et, plus encore,

des entreprises japonaises ou coréennes pour la Chine, en passe de devenir « l'usine du monde »). De plus, les entreprises tendent à reproduire, dans les nouvelles aires géographiques choisies, leurs comportements initiaux d'agglomération. Ce fait a été démontré tant dans la Sunbelt états-unienne (Head et alii, 1995) qu'à l'intérieur du territoire national chinois où les entreprises étrangères privilégient les provinces côtières pour leurs nouvelles implantations industrielles (He, 2002).

b. Les formes d'isomorphisme institutionnel à l'œuvre dans les décisions de localisation

Repérer une certaine homogénéité dans les choix de localisation des entreprises, en particulier industrielles, ne signale pas nécessairement que des forces institutionnelles soient à l'œuvre derrière ces choix. Cette similitude dans les décisions de localisation peut en effet être interprétée comme le reflet de choix économiquement rationnels et du jeu de la concurrence grâce auquel « le marché finit pas imposer son modèle de localisation » (Polèse, 1994, p. 247). Cette interprétation fait de l'isomorphisme concurrentiel (Di Maggio et Powell, 1983) l'unique déterminant des comportements de localisation des entreprises.

Cependant, dés lors que l'on considère les choix de nouvelles localisations comme des situations de décision incertaines et ambiguës, on ouvre la porte à d'autres interprétations complémentaires de cette homogénéité de comportement, interprétations d'essence plus institutionnelle.

L'incertitude qui entoure les décisions de localisation et l'ambiguïté de leurs relations avec la performance économique de l'entreprise semblent les exposer plus particulièrement, parmi les trois formes d'isomorphisme institutionnel proposées par Di Maggio et Powell (1983), à l'isomorphisme mimétique. La référence aux travaux des sociologues néo-institutionnalistes est d'ailleurs souvent utilisée pour justifier, *a priori*, l'existence de comportements d'imitation dans les choix de localisation d'entreprises. L'explication institutionnelle vient ainsi renforcer l'idée selon laquelle l'implantation préalable d'entreprises d'un secteur d'activité particulier dans un lieu géographique sert de signal aux autres entreprises du secteur quant à la viabilité de ce lieu pour leurs propres activités. Toutefois, les auteurs qui utilisent cette référence à l'isomorphisme mimétique (voir notamment Baum et alii, 2000, et Delios et Henisz, 2001) ne rendent pas compte, dans l'utilisation empirique qu'ils en font, de toute la spécificité de l'approche néo-institutionnaliste.

Tout d'abord, pour les néo-institutionnalistes, le recours à des comportements mimétiques ne permet pas nécessairement aux entreprises d'améliorer l'efficience économique de leurs choix de localisation. Il vise avant tout à accroître leur légitimité auprès des autres acteurs de leur champ organisationnel et, de ce fait, à accéder plus aisément aux ressources que ces acteurs peuvent leur fournir sans pour autant que leur fonctionnement s'en trouve amélioré.

D'autre part, Di Maggio et Powell ont distingué, outre les processus mimétiques, deux autres mécanismes d'isomorphisme institutionnel. Or, en concentrant son attention de manière exclusive sur l'isomorphisme mimétique, la littérature empirique sur les décisions de localisation néglige totalement l'influence que peuvent exercer, sur ces décisions, les pressions coercitives et normatives émanant de l'environnement social des entreprises. Les constats exposés par certaines recherches empiriques (voir notamment Florida et Smith, 1994) invitent en particulier à analyser ces décisions dans un cadre associant les apports du néo-institutionnalisme sociologique et ceux, à bien des égards connexes, de la théorie de la dépendance en ressources (Pfeffer et Salancik, 1978).

A ce jour, l'application du cadre néo-institutionnaliste à l'analyse des décisions de localisation d'entreprises demeure donc très incomplète. Un examen attentif de la littérature est à même de fournir quelques pistes pour une approche plus aboutie en partant de l'identification des sources les plus probables d'isomorphisme institutionnel en matière de choix de localisation.

3.2.3. Vers un approfondissement de l'analyse: les principales sources d'isomorphisme institutionnel dans les décisions de localisation d'entreprises

Le travail d'identification des sources d'isomorphisme institutionnel susceptibles d'influencer les décisions de localisation d'entreprises est guidé par deux considérations convergentes :

- d'une part, le fait, pour une entreprise, de se conformer aux attentes et aux exigences de son environnement institutionnel lui assure un meilleur accès à des ressources que les acteurs de cet environnement contrôlent. A l'inverse, une entreprise qui ne suit pas les règles institutionnelles propres à son champ organisationnel peut se voir refuser l'accès à certaines ressources nécessaires à son développement, voire à sa survie.
- d'autre part, la création d'un nouveau site constitue, pour une entreprise, un engagement localisé de ressources. Si une partie des ressources engagées sont préalablement présentes en interne, notamment lors du transfert d'activités depuis d'autres sites de l'entreprise, la

décision de créer un nouveau site implique généralement pour l'entreprise la nécessité de se procurer des ressources (financières, humaines et matérielles) supplémentaires auprès d'acteurs extérieurs.

Un choix de localisation qui apparaît légitime aux yeux des acteurs de l'environnement de l'entreprise est donc de nature à faciliter la mise à disposition des ressources nécessaires à l'ouverture du nouveau site. De ce point de vue, la littérature s'est en priorité intéressée à l'obtention des ressources financières. Cette première approche peut toutefois être élargie à l'obtention des ressources matérielles et humaines.

a. Les financements bancaires

Une première source possible d'isomorphisme institutionnel est suggérée par des travaux d'économistes. Decoster et Strange (1993) posent, dans leur modèle théorique, que les entreprises peuvent avoir intérêt à imiter les choix de localisation d'entreprises concurrentes lorsqu'elles doivent contracter des emprunts bancaires afin de financer les investissement envisagés sur leur nouveau site. Tous les projets de nouveaux sites ne reçoivent pas les financements bancaires demandés. Les banques n'acceptent de financer que les projets qui leurs paraissent avoir les plus grandes chances de succès. Le problème réside alors dans l'évaluation *a priori* de ces chances de succès. Pour Decoster et Strange, les banques, placées en situation d'information imparfaite, basent cette évaluation sur les résultats obtenus par les investissements réalisés antérieurement par l'ensemble des entreprises. Elles ne choisissent de financer que les projets d'investissement ayant des caractéristiques similaires à celles des investissements passés les plus réussis, en particulier en termes de localisations choisies. Sachant cela, les décideurs sont incités à copier les décisions de localisation d'autres entreprises comparables afin d'envoyer aux banques un signal positif quant à la qualité de leur décision d'investissement (Mayer et Crozet, 2002).

Decoster et Strange suggèrent ainsi une explication des phénomènes d'agglomération basée sur la volonté des entreprises d'améliorer leur réputation auprès des banques et, par là même, d'obtenir des prêts bancaires afin de financer les investissements qu'elles projettent de réaliser. Cette volonté les conduit à imiter les choix de localisation d'autres entreprises sans pour autant que ce comportement leur assure une efficience accrue. Cette explication théorique a été utilisée pour justifier de l'existence possible de comportements mimétiques dans les situations où existait une forte incertitude sur l'identité des localisations dans lesquelles investir (Barry et alii, 2001 ; Vicente, 2002).

Réputation et légitimité sont des notions proches et les mécanismes de l'imitation du modèle de Decoster et Strange ressemblent fortement au phénomène d'isomorphisme mimétique décrit par Di Maggio et Powell (1983).

Néanmoins, chez Decoster et Strange, la réputation des entreprises apparaît comme une notion universelle, construite sans référence à un champ organisationnel particulier. Cette présentation conduit à négliger le fait que nombre d'entreprises entretiennent des relations répétées et étroites, voire exclusives, avec un ou plusieurs établissements bancaires. Ces derniers se trouvent en position d'exercer des pressions plus ou moins explicites sur les entreprises qui dépendent de leurs prêts afin qu'elles prennent des décisions de localisation qui soient favorables à leurs intérêts. Lorsqu'il s'agit d'agences régionales de grands réseaux nationaux, leur intérêt est de conserver les dossiers de demande de prêts de l'entreprise sous leur responsabilité. Ces agences peuvent alors être tentées d'influencer une entreprise afin qu'elle implante ses nouveaux sites dans leur zone de compétence, renforçant ainsi sa tendance à l'inertie spatiale. Le raisonnement de Decoster et Strange peut donc être prolongé afin d'envisager que les organismes bancaires puissent exercer des pressions coercitives contraignant les entreprises à l'inertie dans leurs choix de localisation.

b. Le capital-risque

Les prêts bancaires ne constituent cependant pas la seule source de financement pour une entreprise désireuse de créer un nouveau site.

Le recours au capital-risque représente aujourd'hui un mode de financement important pour nombre d'entreprises jeunes et de petite taille, notamment dans les secteurs de haute technologie. L'accès au capital-risque est souvent vital pour ces entreprises qui, du fait du niveau élevé de risque caractérisant leur activité, ont beaucoup de difficultés à obtenir des financements bancaires traditionnels pour assurer leur démarrage ainsi que leur développement ultérieur, particulièrement dans les premières années de leur existence.

Or, le capital-risque a un caractère géographique bien plus marqué que les autres formes de capital financier (Hayter, 1997). Tout d'abord, les sociétés de capital-risque apparaissent, à l'intérieur même des territoires nationaux, regroupées dans quelques aires géographiques particulières. Il existe même, en France, des sociétés de capital-risque dont l'aire de compétence est statutairement restreinte à une région donnée, les Sociétés de développement Régional (SDR). Ces dernières, instituées par un décret du 30 juin 1955, sont spécialisées dans le financement des PME, sous forme de fonds propres ou de prêts. En contrepartie de la délimitation régionale de leur aire de compétence, elles reçoivent des

financements importants de la part des collectivités locales, en particulier des régions (Lachmann, 1999).

Ensuite, les financements par fonds propres qu'accordent les sociétés de capital-risque sont très nettement concentrés dans les quelques aires géographiques où elles sont implantées. Cette concentration spatiale s'explique par la nature même de leur activité. Etant donné le niveau de risque auquel ils sont exposés, les capitaux-risqueurs utilisent de manière intensive leurs réseaux de relations, professionnelles mais aussi personnelles, pour identifier et évaluer les opportunités d'investissement (Fried et Hisrich, 1994). Ils tendent même à privilégier le recoupement des informations fournies par des sources multiples. Or, il existe une abondante littérature, notamment en sociologie, qui démontre le caractère géographiquement délimité du réseau social d'un individu. En conséquence, la probabilité qu'un capital-risqueur investisse dans une entreprise en cours de création décroît rapidement au fur et à mesure que la distance géographique qui les sépare augmente (Sorenson et Stuart, 2001).

Le rôle d'une société de capital-risque ne s'arrête cependant pas à la décision d'investissement dans une entreprise en phase de démarrage. Après l'investissement, elle exerce, auprès de l'entreprise bénéficiaire, un rôle de conseil et d'assistance et, surtout, un contrôle de l'utilisation qui est faite des fonds engagés afin de limiter les risques de comportements opportunistes de la part de ses dirigeants. Pour Sorenson et Stuart (2001), la proximité spatiale avec l'entreprise bénéficiaire des fonds facilite la réalisation de ces différentes tâches postérieures à la décision d'investissement. Le contrôle nécessite en particulier de fréquentes visites de la part du capital-risqueur sur le ou les sites accueillant l'activité de l'entreprise qu'il finance. La proximité géographique avec ce ou ces sites permet donc aux sociétés de capital-risque de réduire considérablement les coûts liés au suivi et au contrôle de l'utilisation des fonds investis (Lachmann, 1999).

La nécessité, pour une jeune entreprise, de recourir à un financement par capital-risque est donc susceptible d'influer significativement sur son comportement de localisation afin de satisfaire aux attentes des sociétés de capital-risque. Sont affectés non seulement le choix de sa localisation initiale, mais également les décisions de localisation ultérieures qu'impliquent les premières phases de son développement (déménagements successifs du siège de la société dans des locaux plus spacieux ou mieux adaptés à mesure que l'entreprise croît, créations d'unités de production ou de recherche et développement géographiquement autonomes…). Tant que l'entreprise ne dégage pas de bénéfices réguliers, elle demeure en effet dépendante, pour le financement des investissements que représentent ces créations de sites, du capital-risque collecté à l'occasion de différents tours de table successifs. Cette dépendance constitue,

pour les entreprises en phase de démarrage, une source potentiellement importante d'isomorphisme institutionnel. Celui-ci peut prendre deux formes distinctes.

Il peut s'agir en premier lieu d'isomorphisme mimétique. Dans ce cadre, les dirigeants-fondateurs de jeunes entreprises tendent à imiter les choix de localisation d'autres entreprises de leur champ afin de s'assurer que la localisation choisie leur permette d'obtenir les financements en capital-risque nécessaire au développement de leur société. Vicente (2002) évoque l'existence de comportements de ce type pour expliquer la concentration d'entreprises de la nouvelle économie dans le quartier du Sentier à Paris. L'émergence de ce que l'on a pu appeler le « Silicon Sentier » découlerait ainsi de la volonté des entreprises, en s'implantant à proximité d'entreprises-phares de la nouvelle économie telles que Yahoo, Nomade ou Lycos, de rendre leurs projets plus crédibles aux yeux des sociétés de capital-risque en apparaissant comme « inscrites dans un territoire qui réussit ». La logique de localisation exposée par Vicente est analogue à celle proposée par Decoster et Strange, les sociétés de capital-risque remplaçant simplement les établissements bancaires plus traditionnels. Elle est cependant renforcée par l'importance que les premières nommées attachent au contrôle de l'utilisation des sommes investies.

En étendant le raisonnement, la volonté de maîtriser ces coûts de contrôle peut également être à l'origine de pressions coercitives exercées par les capitaux-risqueurs. Cette coercition aurait alors pour conséquence de restreindre la marge de manœuvre des entreprises financées en matière de choix de localisation, sous peine de se voir refuser les capitaux demandés. Une société de capital-risque ayant financé le démarrage d'une entreprise serait ainsi en mesure, lors des tours de table ultérieurs auxquels elle participe, de faire pression pour que ladite entreprise implante les nouveaux sites qu'elle crée à proximité de son lieu d'implantation initial, afin de faciliter le contrôle de son activité par le capital-risqueur. Pour les mêmes raisons, une entreprise n'ayant pas eu recours à du capital-risque lors de son démarrage mais souhaitant le faire pour financer son développement ou encore une entreprise souhaitant ouvrir son capital à une nouvelle société de capital risque peut être incitée de manière plus ou moins explicite à installer au moins une partie de son activité à proximité de la société en question.

c. Les acteurs publics

Les obligations découlant des décisions gouvernementales constituent la source d'isomorphisme coercitif que Di Maggio et Powell (1983) citent en premier. L'homogénéisation des comportements au sein d'un champ organisationnel reflète alors la nécessité, pour les entreprises qui le composent, de se conformer à la réglementation édictée par les autorités gouvernementales. En ce qui concerne les choix de nouvelles localisations sur le territoire français, deux contraintes réglementaires notables peuvent être identifiées :

Tout d'abord, la volonté de protéger l'environnement et la santé publique a conduit à la mise en place, en France comme dans la plupart des pays développés, de réglementations environnementales. Pour se conformer à ces réglementations, les entreprises industrielles, en particulier dans les secteurs les plus polluants, ont été contraintes de réaliser des investissements substantiels en vue de se doter des équipements et installations de dépollution requis (Jeppesen et alii, 2002). De ce fait, les variations dans les réglementations environnementales d'un pays à l'autre, voire même, comme aux Etats-Unis où elles sont placées sous la responsabilité des Etats, d'une région à l'autre, ont pu influencer les décisions de localisation des entreprises concernées (Hayter, 1997). Certaines d'entre elles peuvent ainsi être tentées de fuir les pressions exercées par une réglementation environnementale perçue comme trop restrictive en déplaçant leurs activités vers d'autres pays ou régions où la réglementation est plus souple[27] (Oliver, 1991). La réglementation environnementale permet également à l'Etat et aux administrations chargées de la mettre en œuvre d'exercer une action directement contraignante sur les choix de localisation d'entreprises en interdisant l'implantation de certaines activités dans des milieux naturels vulnérables ou protégés ou encore à proximité de zones résidentielles. Le domaine d'application de ces restrictions demeure cependant limité. Elles concernent avant tout les activités considérées comme particulièrement polluantes ou particulièrement dangereuses. Ainsi, en France, les choix de localisation de nouveaux établissements classés Seveso sont soumis à une autorisation préfectorale préalable.

La volonté de protéger le bien-être collectif est, dans le cas français, à l'origine d'un autre type de contrainte réglementaire pesant sur les choix de localisation des entreprises. Soucieux de répartir de la manière la plus équitable possible la croissance économique sur

[27] Un raisonnement similaire peut être appliqué à la réglementation sociale.

l'ensemble du territoire national, l'Etat français a progressivement mis en place à partir de 1955 une procédure d'autorisation administrative unique en Europe (Nappi-Choulet, 1999). La construction et l'utilisation de locaux à des fins d'activités industrielles, commerciales, professionnelles, administratives, techniques, scientifiques ou d'enseignement en région Ile-de-France sont ainsi soumises à un agrément ministériel préalable lorsque les locaux concernés dépassent certains seuils de taille (au-delà de 1000 m^2 de surface pour les bureaux ou les locaux industriels, au-delà de 3000 m^2 pour les entrepôts). Cette mesure vise à limiter la tendance lourde à la concentration des activités économiques à Paris et dans sa périphérie. L'obtention de cet agrément auprès du ministère chargé de l'Aménagement du Territoire est nécessaire pour permettre le dépôt du permis de construire, dans le cas de la construction de nouveaux locaux, ou pour la « passation des actes juridiques permettant l'utilisation des locaux »[28] (acte de vente, signature d'un bail commercial) lors d'un changement d'utilisation de locaux existants.

Ces deux dispositifs réglementaires constituent clairement des sources de pressions coercitives sur les choix de localisation des entreprises, puisque des sanctions, telles que le refus du permis de construire, y sont associées. Leur rôle dans l'explication de ces choix ne doit cependant pas être exagéré. En effet, leur champ d'application est limité, géographiquement dans un cas, à certaines activités dans l'autre. En outre, même au sein de ces champs d'application restreints, leur mise en œuvre n'est pas nécessairement très restrictive pour les entreprises visées.

Par ailleurs, à la différence des deux sources d'isomorphisme institutionnel citées précédemment, ces obligations réglementaires ne sont pas de nature à accroître l'homogénéité des choix de localisation des entreprises. Elles devraient plutôt se traduire par une dispersion plus grande des localisations choisies. Cela est particulièrement vrai pour la procédure d'agrément ministériel en Ile-de-France.

De fait, l'obtention d'une répartition plus équilibrée des activités des entreprises au sein du territoire national constitue l'objectif explicite de la politique gouvernementale d'aménagement du territoire dans son ensemble. Les instruments réglementaires ne représentent qu'une part très restreinte des outils mis au service de cet objectif. Par le passé, l'Etat français, profitant de son statut d'actionnaire majoritaire, a pu également exercer des

[28] Code de l'Urbanisme, art. R 510-10.

pressions explicites sur les entreprises nationalisées de sorte que leurs décisions de localisation concourent à la réalisation de cet objectif. Ce type d'actions n'est cependant plus de mise aujourd'hui et la politique d'aménagement du territoire repose essentiellement sur des mesures incitatives : Le fait qu'une entreprise choisisse de s'implanter dans certaines aires géographiques jugées, par les autorités nationales ou supranationales (l'Union Européenne) comme prioritaires lui permet de bénéficier d'aides publiques de natures diverses (subventions, exonérations d'impôts ou de charges sociales, prêts à faible taux d'intérêt). Par le biais de ces aides, l'Etat est en mesure d'influer sur les choix de localisation des entreprises mais il ne peut en aucun cas leur imposer de choisir (ou, inversement leur interdire de choisir) de s'implanter dans une aire géographique particulière.

Les aides proposées par les pouvoirs publics constituent en quelque sorte des ressources financières supplémentaires pour les entreprises désireuses de créer un nouveau site. Dans le prolongement de cette idée, deux types de processus d'isomorphisme institutionnel peuvent être associés à ces dispositifs d'aide.

En premier lieu, à l'image des financements bancaires et par capital-risque, ils peuvent être à l'origine de processus mimétiques. La jungle que représentent les multiples aides publiques existantes et la complexité de leurs critères d'attribution peut en effet inciter les entreprises désireuses d'en bénéficier à imiter les choix de localisation d'autres entreprises qui, se trouvant dans une situation similaire à la leur, y ont déjà eu accès.

En revanche, les aires géographiques et les conditions d'attribution des principales aides à l'implantation, telles que la Prime d'Aménagement du Territoire (PAT) ou encore les aides européennes, sont aisément identifiables par les entreprises. Dans ce cadre, il n'y a guère d'incertitude qui pourrait encourager l'imitation. Or, pour certaines entreprises, l'accès à ces aides représente une condition *sine qua non* à la réalisation effective de leur projet de nouveau site. Ces entreprises sont donc contraintes, pour mener à bien leurs projets, de se plier aux critères prédéfinis pour leur attribution et, en particulier, de s'implanter dans les aires géographiques désignées. La politique régionale impose ainsi une certaine dose de contrainte sur les choix de localisation d'entreprises. Cette dose de contrainte varie cependant selon le niveau de dépendance des entreprises par rapport aux aides publiques. Dans ce cadre, les aides à l'implantation peuvent être considérées comme une forme affaiblie ou incomplète de pressions coercitives sur les comportements de localisation des entreprises (Powell, 1991).

Quoi qu'il en soit, l'accord d'aides publiques à une entreprise lors de la création d'un nouveau site place les pouvoirs publics en situation d'exercer des pressions afin d'infléchir le

comportement de localisation ultérieur de l'entreprise aidée. Ils peuvent en particulier chercher à empêcher cette dernière de fermer le site concerné dans les années suivant sa mise en service ou de transférer les activités qu'il accueille hors de l'aire géographique initialement choisie. A cette fin, les acteurs publics disposent de moyens de pression formels. L'attribution des aides est en effet souvent conditionnée au maintien du site dans la localisation choisie pendant un nombre prédéterminé d'années, voire à un certain volume d'embauches à l'échelle locale.

Les entreprises disposent cependant de moyens d'action leur permettant de se prémunir des pressions formelles ou informelles que peuvent exercer sur elles les pouvoirs publics en relation avec l'obtention d'aides à l'implantation.

Il leur est tout d'abord possible de refuser de recourir aux aides publiques pour financer la mise en service de leur nouveau site. Ce refus donne aux entreprises une liberté accrue en matière de choix de localisation, puisque ce dernier n'est plus restreint aux seules zones d'éligibilité des aides publiques. Il les exonère également des conditions formelles d'obtention des aides qui sont de nature à contraindre leur comportement de localisation ultérieur.

De manière plus générale, l'aversion des décideurs pour le risque peut les conduire à délaisser les localisations relativement isolées au profit des principales aires métropolitaines en dépit des surcoûts associés à la concentration spatiale des activités économiques et de la population (Zimmermann, 1995). En effet, le choix d'une localisation isolée est de nature à conférer à l'entreprise une position dominante sur le marché du travail local (Aydalot, 1985) et, en conséquence, une responsabilité sociale qu'elle n'est pas nécessairement prête à assumer. Cette dernière l'expose en effet aux pressions des collectivités territoriales visant notamment à les empêcher de recourir à des réductions d'emplois ou de fermer leur site local (Veltz, 1993). Ces pressions et les efforts que les entreprises doivent mettre en œuvre pour les surmonter (notamment en termes de mesures d'accompagnement locales dans le cadre des plans sociaux) occasionnent des coûts de sortie des territoires non-triviaux. Ils sont même susceptibles de générer des effets de *lock-in* territoriaux néfastes à la capacité d'adaptation de l'entreprise aux évolutions de son environnement (Zimmermann, 1995).

Par ailleurs, les entreprises ne sont pas des récipiendaires totalement passifs des aides à l'implantation. Dans un contexte de concurrence territoriale de plus en plus exacerbée, elles sont en effet en position de faire jouer une région, une commune voire même un pays contre l'autre. Par ce biais, il leur est possible de négocier des conditions d'implantation plus

favorables et d'obtenir des aides, en nature ou financières, même lorsqu'il n'existe *a priori* aucun dispositif formel en ce sens (Hayter, 1997). Dans cette perspective, les décisions de localisation doivent être interprétées comme des processus de négociation entre les entreprises concernées et les autorités locales ou nationales. Le montant des aides publiques accordées résulte alors des pouvoirs de négociation comparés des deux parties en présence. Plus une entreprise est de grande taille, plus son activité est géographiquement diversifiée, plus le nouveau site qu'elle projette de créer est important, tant en termes de montants investis que du nombre d'emplois créés, plus elle est en position d'obtenir des aides publiques substantielles.

d. La recherche de personnel qualifié

La capacité à attirer et à retenir une main d'œuvre qualifiée et très spécialisée tient une place essentielle dans les choix de localisation d'activités telles que la recherche et développement, les fonctions marketing ou de direction générale, mais également pour les activités de production des secteurs de haute technologie. Elle conduit les entreprises concernées à accorder, dans les décisions de localisation de ces activités, une place importante au point de vue des travailleurs qualifiés dont elles ont besoin. Les critères de choix qu'elles prennent en compte, notamment ceux ayant trait à la qualité du cadre de vie de leurs salariés ou futurs salariés, ne sont alors qu' « indirectement liés aux besoins…de l'entreprise elle-même mais [sont] directement liés [aux besoins] de la main d'œuvre dont elle dépend » (Malecki et Bradbury, 1992, p. 128-129).

Or, ces travailleurs qualifiés ont des préférences très marquées en matière de localisation : la recherche d'opportunités d'emploi multiples, tant pour eux que pour leur conjoint(e), et d'un environnement culturel et de loisir de qualité les conduit à s'installer en priorité dans les plus grandes agglomérations urbaines. Cette très forte concentration spatiale de la main d'œuvre qualifiée constitue l'un des principaux facteurs explicatifs des phénomènes d'agglomération d'activités qui dépendent de cette main d'œuvre, telles que la recherche et développement. Cette similarité dans les choix de localisation vise directement à faciliter l'attraction du personnel qualifié et, le cas échéant, son renouvellement (Veltz, 1993). Dans un cadre néo-institutionnaliste, elle est susceptible d'occasionner des comportements mimétiques. Les entreprises sont alors incitées à imiter les choix de localisation d'autres sites de nature similaire afin d'accroître leur légitimité auprès de la main d'œuvre qualifiée en démontrant qu'elles offrent à leurs salariés les mêmes conditions, notamment en termes de qualité de vie. En matière de choix de localisation aussi, « une force de travail qualifiée…peut encourager l'isomorphisme mimétique » (Di Maggio et Powell, 1983, p. 151).

e. Les clients

La clientèle d'une entreprise constitue une autre source potentiellement importante d'isomorphisme institutionnel. Di Maggio et Powell (1983) considèrent ainsi que le fait qu'une entreprise dispose d'une clientèle nombreuse est de nature à l'encourager à adopter des comportements mimétiques. En matière de localisation, et plus précisément de localisation industrielle, ce sont plutôt les pressions coercitives exercées par les clients industriels d'une entreprise qui ont été mises en avant. En effet, les entreprises produisant des biens intermédiaires pour d'autres entreprises industrielles situées en aval ou exerçant des fonctions de sous-traitance dans des industries d'assemblage se trouvent fréquemment dans une situation de dépendance face à des entreprises clientes peu nombreuses avec lesquelles elles réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires. Ces entreprises clientes sont de ce fait en mesure de faire pression sur les fournisseurs et les sous-traitants qui dépendent d'elles afin qu'ils implantent leurs unités de production à proximité des leurs. La réalisation des ces investissements que Williamson (1985) qualifie de *site-specific* permet une réduction des coûts de stockage et de transport sur les produits intermédiaires dont bénéficient en priorité les entreprises clientes, leur position dans la relation commerciale étant la plus favorable. Un fournisseur ou un sous-traitant qui ne se soumet pas à ces exigences risque de voir le contrat qui le lie à son client remis en cause. L'existence probable de pressions exercées par de grandes entreprises industrielles sur les décisions de localisation de certains de leurs fournisseurs a été signalée avec insistance dans le secteur de la construction automobile (Hennart et Park, 1994). Williamson (1985) cite ainsi le cas du contrat de 10 ans que l'entreprise Fisher Body avait signé en 1919 avec General Motors, contrat qui lui assurait la position de fournisseur exclusif de carrosseries fermées à ce dernier. Face au succès commercial des modèles concernés, General Motors a instamment demandé à Fisher Body d'implanter ses unités de production à proximité immédiate de ses propres usines d'assemblage. Le refus de Fisher Body d'accéder à cette demande constitue l'un des principaux facteurs expliquant son rachat par General Motors en 1924.

Ces pressions coercitives n'ont pas disparu aujourd'hui. Elles sont même vraisemblablement encore plus fortes en raison de la mise en place par les constructeurs automobiles, d'organisations en juste-à-temps reposant sur la minimisation des stocks intermédiaires et des délais de livraison (Florida et Smith, 1994 ; Head et alii, 1995). De fait, la création récente, par ces constructeurs, de parcs fournisseurs sur des terrains adjacents à leurs usines représente une invite particulièrement pressante à la colocalisation. Cette dernière

ne constitue pourtant pas nécessairement une condition *sine qua non* à la mise en place de systèmes de Juste-à-Temps étendus. Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication permettraient probablement à certains fournisseurs de satisfaire aux conditions de coûts, de délais et de qualité imposées par leurs donneurs d'ordres sans avoir besoin pour cela de créer une contiguïté physique avec ces derniers. La colocalisation représente toutefois la solution privilégiée par des constructeurs automobiles tels que Renault (sur son site de Sandouville), notamment en raison du modèle d'organisation de la production propagé par Toyota. Or, ces constructeurs disposent, au travers de l'attribution ou de la reconduction des contrats de sous-traitance, d'un pouvoir de coercition suffisamment puissant pour pousser leurs fournisseurs à des comportements d'acceptation (Oliver, 1991).

En guise de synthèse

Dans la lignée des travaux de Simon et de Cyert et March, certains géographes proposent donc de représenter les décisions de localisation comme des choix non plus optimaux mais satisfaisants, réalisés par des décideurs à la rationalité et à l'information limitée.

Face à l'ambiguïté et à l'incertitude qui caractérisent les choix de nouvelles localisations, ces derniers privilégieraient les aires géographiques sur lesquelles ils peuvent disposer de connaissances préalables approfondies, dignes de confiance et spécifiques à l'activité de leur entreprise en raison de la présence locale préalable de leur entreprise (comportements d'inertie spatiale), de la présence locale préalable d'autres entreprises similaires à la leur (comportements d'imitation) ou grâce à leurs réseaux locaux de relations personnelles.

La mobilisation des apports du néo-institutionnalisme sociologique permet de compléter ce premier cadre d'analyse en intégrant le contexte social plus large dans lequel la décision intervient et ses effets sur la solution finalement retenue. De ce point de vue, la littérature indique que les choix de nouvelles localisations par les entreprises sont exposés à la fois à des tendances à l'isomorphisme mimétique et à des pressions coercitives d'origines variées. Ces forces institutionnelles peuvent inciter à l'imitation des choix de localisation d'autres entreprises appartenant au même champ organisationnel, ce qui expliquerait la prégnance, dans de nombreux secteurs d'activité, des phénomènes d'agglomération. Elles sont également de nature à renforcer les tendances des entreprises à l'inertie spatiale.

Chapitre 4 : Les applications empiriques des nouveaux cadres d'analyse des décisions de localisation

Présentation du chapitre

Dans ce chapitre sont présentées les applications empiriques des approches behaviouriste et néo-institutionnaliste des décisions de localisation.
Les efforts entrepris récemment en ce sens ont surtout pris la forme de modèles logit sur données secondaires visant à mettre en évidence la présence, dans certaines catégories de décisions de localisation particulières, de comportements de préférence des décideurs pour des aires géographiques connues (4.1.).

Plus rares sont les études empiriques détaillées et contextualisées des processus de décision de localisation. Les quelques références existantes soulignent les influences exercées sur les choix de nouvelles localisations par la rationalité limitée des décideurs, par l'intervention de leurs préférences personnelles et par les jeux politiques internes et externes à l'entreprise (4.2.).

4.1. L'évaluation empirique de l'influence des comportements de préférence pour les aires géographiques connues sur les décisions de localisation d'entreprises

L'approche behaviouriste des décisions de localisation, proposée de longue date par les géographes industriels, est longtemps restée cantonnée à l'état d'intuitions sans recevoir de validation empirique systématique et rigoureuse (Hayter, 1997). Des recherches empiriques allant dans ce sens ont cependant été récemment réalisées, en particulier dans le champ du management stratégique. Dans la plupart de ces recherches, l'évaluation des logiques sous-jacentes aux décisions de localisation étudiées a été réalisée au moyen de l'utilisation exclusive de données secondaires analysées dans des modèles économétriques de type logit.

En conséquence, c'est l'existence de comportements d'inertie spatiale pour des raisons cognitives et de comportements d'imitation qui, jusqu'à présent, a fait l'objet du plus grand nombre de vérifications empiriques. A l'inverse, les recherches empiriques concernant l'utilisation par les dirigeants de leurs réseaux sociaux, qui requièrent la collecte directe des perceptions des acteurs, sont beaucoup moins nombreuses.

De même, si la référence au néo-institutionnalisme sociologique est utilisée dans certains travaux empiriques pour expliquer l'émergence de comportements mimétiques dans

les choix de localisation d'entreprises, les sources institutionnelle et les conséquences en termes d'accès à des ressources extérieures n'y sont pas explorées. L'existence éventuelle d'autres formes de processus d'isomorphisme institutionnel, et en particulier de pressions coercitives, sur les choix de localisation et leurs sources n'ont été que peu étudiées à ce jour. L'évaluation de la portée empirique de ce cadre d'analyse des décisions de localisation reste donc encore à faire.

4.1.1. La mise en évidence des comportements d'inertie spatiale et d'imitation

L'existence de comportements d'inertie spatiale ou d'imitation de la part des décideurs ne signifie pas que la rationalité économique soit totalement absente de leurs choix de localisation. Ces comportements résultent simplement de l'incapacité des décideurs à relier le choix d'une localisation particulière avec un quelconque critère de performance économique. De ce fait, l'intégration de ces comportements dans l'analyse doit être plus considérée comme complémentaire qu'opposée aux approches économiques présentées dans le chapitre 1. Elle permet une représentation plus réaliste et plus complète du processus de décision de localisation.

La principale difficulté des recherches empiriques sur données secondaires consiste donc à séparer les effets sur les choix de localisation des préférences des décideurs pour des aires géographiques connues des explications économiques. A cette fin, les travaux empiriques récents ont choisi de se concentrer sur l'analyse de populations de décisions de localisation concernant des activités relativement homogènes. Le choix de ce mode de construction de l'échantillon facilite en effet l'utilisation d'hypothèses concernant les logiques économiques sous-jacentes communes à l'ensemble des populations de décisions étudiées (Greve, 2000).

Le problème du choix d'une nouvelle localisation peut alors être représenté sous la forme d'un modèle probabiliste de type logit dans lequel la variable expliquée est la probabilité qu'une entreprise choisisse d'implanter son nouveau site dans une localisation donnée. Dans le cadre de ce modèle, il y a inertie spatiale si, une fois les effets des logiques économiques sous-jacentes pris en compte, la présence préalable de l'entreprise dans une aire géographique particulière accroît de manière significative la probabilité que cette entreprise choisisse à nouveau cette même aire géographique pour y implanter son prochain site. De manière similaire, il y a imitation si la présence préalable d'entreprises d'un secteur d'activité donné dans une aire géographique particulière accroît significativement la probabilité que

d'autres entreprises du même secteur choisissent cette aire géographique pour y implanter leurs nouveaux sites.

a. Inertie et imitation dans les décisions de localisation de sites de services aux particuliers

L'utilisation de cette démarche méthodologique a permis d'obtenir des résultats plutôt convaincants pour ce qui concerne l'étude des choix de localisation d'établissements de services aux particuliers s'adressant à une demande locale tels que les hôtels (Baum et Haveman, 1997), les agences bancaires (Greve, 2000) ou encore les maisons de retraite (Baum et alii, 2000). L'intérêt porté à ces secteurs d'activité s'explique par le fait que les risques associés au choix de la localisation d'un nouveau site sont particulièrement élevés. En effet, de ce choix dépendra le niveau de la demande qui s'adressera aux entreprises et, en conséquence, le niveau de leurs revenus (Baum et Haveman, 1997). Les terrains choisis présentent en outre l'intérêt d'être dominés par des organisations multi-sites (Usher, 1999) ce qui permet de discerner des tendances de fond dans le développement, par ces organisations, de leur réseau d'implantations.

Comme le montre le tableau 1.9, les travaux empiriques menés sur ce type de terrains ont démontré de manière claire l'existence, sur les terrains étudiés, de comportements d'inertie spatiale et, dans une moindre mesure, d'imitation dans les choix de localisation des entreprises.

Tableau 1.9 : Les résultats des recherches empiriques sur les comportements d'inertie et d'imitation dans les décisions de localisation de sites de services aux particuliers

	Baum et Haveman (1997)	Greve (2000)	Baum et alii (2000)
Nature du terrain étudié			
Type de décisions	Décisions de création de nouvelles entreprises	Décisions de localisation de nouveaux sites	Décisions d'acquisition de nouveaux sites
Type de sites	Hôtels	Agences bancaires	Maisons de retraite
Période	1898-1990	1894-1936	1971-1996
Echelle géographique	Ile de Manhattan, New York City	Agglomération de Tokyo	Etat de l'Ontario, Canada
Résultats			
Inertie[29]		+	+
Imitation	+	+	+

[29] Baum et Haveman s'intéressant aux décisions de fondations de nouvelles entreprises dans l'industrie hôtelière, ils n'ont fort logiquement pas étudié les phénomènes d'inertie spatiale.

b. Inertie et imitation dans les décisions de localisation d'usines à l'international

L'asymétrie d'information entre entreprises étrangères et entreprises locales à l'origine des comportements d'imitation

L'existence de tels comportements a également été explorée empiriquement dans les choix de localisation pour de nouvelles usines.

Cependant, dans le cas des sites de production industrielle, les recherches empiriques se sont presqu'exclusivement intéressées aux choix de localisation effectués par les entreprises dans d'autres pays que leur pays d'origine. La concentration de l'attention sur les décisions de localisation d'usines à l'international est justifiée par le niveau particulièrement élevé d'incertitude qui accompagne ces décisions et qui les distingue des décisions de localisation domestiques (Johanson et Vahlne, 1977). En effet, une entreprise souhaitant s'implanter dans un pays étranger se trouve confrontée, par rapport aux entreprises locales, à une asymétrie d'information importante quant aux conditions d'exercice de son activité dans le pays choisi. Les entreprises étrangères supporteront donc des coûts liés à la collecte d'informations sur ces conditions dans les diverses localisations possibles à l'intérieur du pays d'accueil bien plus importants que ceux des entreprises locales. Afin de palier cette situation d'asymétrie d'information et, par là même, de limiter les coûts liés à la collecte d'informations sur les environnements locaux, les investisseurs étrangers sont supposés préférer les aires géographiques dans lesquelles sont déjà concentrées des entreprises du même secteur d'activité que le leur (He, 2002).

En conséquence, le fait que les recherches empiriques existantes privilégient l'étude des décisions de localisation de nouvelles usines à l'international s'accompagne d'une concentration de ces recherches sur la mise en évidence des comportements d'imitation, particulièrement lors de la décision de premier investissement d'une entreprise dans un nouveau pays, inconnu pour elle. En effet, l'inexpérience accroît l'incertitude sur l'environnement local et, de ce fait, rend les entreprises encore plus sensibles à l'imitation (Delios et Henisz, 2001). En outre, la décision d'implanter un premier investissement industriel dans un pays étranger peut être analysée comme une décision d'entrée sur un marché (Guillen, 2002). Or, ce type de décision stratégique a fait l'objet de beaucoup plus d'attention en théorie des organisations que les décisions de localisation. L'analogie entre décision de localisation et décision d'entrée sur un marché permet donc d'analyser la première citée à l'aide de cadres conceptuels familiers à tout chercheur en organisation (Greve, 2000).

Tableau 1.10 : Caractéristiques et principaux résultats des recherches empiriques sur les comportements d'inertie et d'imitation dans les décisions de localisation de sites de production industrielle

	Belderbos et Carre (2000)	Barry, Görg et Strobl (2001)	Delios et Henisz (2001)	Guillen (2002)	He (2002)
Nature du terrain étudié					
Type de décisions	Décisions de création de filiales locales de production	Décisions de création de filiales locales	Décisions de création de filiales locales de production	Décisions de création de nouvelles usines	Décisions d'investissement direct à l'international
Echelle d'analyse	Infranationale	Infranationale	Internationale (choix d'un pays)	Internationale (implantation ou non en Chine)	Infranationale
Nature des entreprises	Entreprises japonaises du secteur électronique s'implantant en Chine	Entreprises industrielles étrangères s'implantant en Irlande	Toutes les entreprises industrielles japonaises cotées	Toutes les entreprises industrielles coréennes cotées	Entreprises étrangères investissant en Chine (tous secteurs confondus)
Période	1990-1995	1986-1996	1990-1996	1987-1995	1995-1996
Variable de contingence utilisée	Taille de l'entreprise (effectif salarié)	Nationalité des entreprises (USA vs UK)	Taille de l'entreprise (effectif salarié)		
Résultats					
Imitation	+	+	+	+	+

Les résultats obtenus, présentés dans le tableau 1.10, tendent à démontrer l'existence de comportements significatifs d'imitation, par les investisseurs étrangers, des choix de localisation (en termes de pays choisis, mais également, à l'intérieur de ces pays, en termes de région choisie) d'autres entreprises du même secteur.

Cependant, le fait que les conclusions auxquelles parviennent ces travaux reposent exclusivement sur l'utilisation de données secondaires oblige leurs auteurs à raisonner par inférences. Or, les inférences réalisées ne sont pas exemptes de toute critique.

En effet, les résultats obtenus ne permettent pas nécessairement de différencier les comportements d'imitation des aspects économiques plus traditionnels des économies d'agglomération (He, 2002).

En outre, le fait que les entreprises choisissent d'implanter leurs nouvelles unités de production à proximité des usines d'autres entreprises du même secteur d'activité ne découle pas nécessairement de comportements d'imitation. En effet, Hennart et Park (1994) suggèrent que des entreprises industrielles de taille relativement petite peuvent décider de localiser une usine dans un pays étranger totalement inconnu d'elles simplement pour se conformer aux exigences d'un de leurs principaux clients industriels. Ce type de comportement s'apparente à ce que Di Maggio et Powell (1983) qualifient d'« isomorphisme coercitif ». Or, le nombre de ces décisions de localisation contraintes est potentiellement grand dans les champs organisationnels étudiés. En effet, l'essentiel de l'attention empirique s'est concentrée sur les décisions de localisation prises par des groupes industriels verticaux (Kereitsu Japonais, Belderbos et Caree, 2000 ; Delios et Henisz, 2001, ou Chaebols Coréens, Guillen, 2002) et dans des industries d'assemblage (industrie automobile et industrie électronique) structurées autour de grandes entreprises pivots entourées d'un réseau dense d'entreprises sous-traitantes de plus petite taille.

Comportements d'imitation et taille de l'entreprise

Afin de réduire les ambiguïtés existant dans l'interprétation de leurs résultats empiriques, les auteurs de ces recherches ont utilisé la taille de l'entreprise, mesurée par son effectif salarié, comme une variable essentielle dans l'explication des niveaux de préférence pour les localisations connues. Les PME sont ainsi supposées avoir des tendances beaucoup plus fortes à l'imitation que les grandes entreprises. Belderbos et Carree (2000) justifient cette hypothèse par le fait que les PME ne peuvent pas engager autant de ressources que les grandes entreprises dans leur processus de recherche et de sélection d'une nouvelle localisation. En outre, les décisions de localisation, en particulier à l'échelle internationale, les

exposent à des risques bien plus grands, mettant même parfois en péril leur existence même. De leur côté, les grandes entreprises sont en mesure de dégager plus de ressources humaines et financières pour mener à bien le processus de choix de la nouvelle localisation. Cela leur permet de procéder à une recherche plus systématique et de comparer un nombre plus important de localisations alternatives.

Cette variable taille de l'entreprise peut également être mesurée par le nombre total de sites dont dispose l'entreprise. Une entreprise possédant un plus grand nombre de sites aura pu acquérir plus d'expérience en matière de décision de localisation (Greve, 2000). Elle pourra ainsi avoir mis en place des procédures lui permettant de mieux gérer ce genre de situation de décision (Mintzberg et alii, 1976). Elle sera donc en mesure d'y faire face de manière plus réfléchie et, en conséquence, devrait moins recourir à des comportements de réduction du risque tels que l'inertie cognitive ou l'imitation. Greve (2000) trouve ainsi que l'importance de l'inertie cognitive tend à diminuer au fur et à mesure que les banques qu'il étudie grandissent.

Connaissances « expérientielles » et inertie spatiale dans la localisation industrielle

Une autre manière de diminuer l'incertitude associée à la décision de localisation d'une nouvelle usine à l'international consiste, pour l'entreprise, à s'implanter progressivement dans un pays d'accueil afin d'y acquérir une expérience directe des conditions locales d'exercice de son activité. L'importance de ces phénomènes d'apprentissage par l'expérience à l'international a été mise en avant par le modèle dit d'Uppsala (Melin, 1992), initialement proposé par Johanson et Vahlne (1977). Ceux-ci montrent, en s'appuyant sur le cas d'entreprises suédoises, que de nombreuses entreprises minimisent les risques associés à l'internationalisation en s'implantant à l'étranger de manière incrémentale et progressive.

Pour Johanson et Vahlne, les principaux obstacles au développement international d'une entreprise proviennent de son manque de connaissances, d'une part sur les marchés étrangers et, d'autre part, sur les conditions de fonctionnement de ses activités de production à l'étranger. Le manque de connaissances sur les marchés est avant tout dû, selon eux, aux différences de langue et de culture qui existent entre les pays et qui constituent la principale caractéristique distinctive des activités internationales par opposition aux activités domestiques.

Le déficit de connaissances de l'entreprise sur les conditions de fonctionnement de ses activités productives à l'étranger n'est pas spécifique à un marché particulier. Il peut donc être

comblé par l'expérience acquise au travers du développement de l'activité, notamment de production, de l'entreprise à l'international, quel que soit le pays d'accueil choisi. Ces connaissances peuvent en effet, pour Johanson et Vahlne, être aisément transférées par l'entreprise d'un pays à un autre.

A l'inverse, la plus grande partie de la connaissance sur les caractéristiques des marchés étrangers est de nature tacite ou, pour reprendre le terme de Johanson et Vahlne, « expérientielle ». Le déficit de connaissances en la matière ne peut donc être compensé que par l'expérience directe avec ces marchés acquise par le biais d'une présence locale en propre.

L'incertitude associée à ce déficit de connaissances pose deux types de contraintes sur les décisions de localisation des entreprises à l'international :

- le modèle d'Uppsala prédit que les entreprises tendront à pénétrer dans un premier temps des marchés étrangers culturellement proches de leur pays d'origine et ne s'intéresseront aux marchés plus éloignés que dans un deuxième temps, lorsqu'elles auront acquis une plus grande expérience à l'international ;
- d'autre part, les entreprises sont supposées pénétrer un marché particulier par une succession d'étapes représentant un accroissement progressif de leur engagement de ressources sur le marché considéré. Elles commenceront ainsi par l'exportation à partir de leur pays d'origine en passant par des intermédiaires locaux avant de procéder à la création d'une filiale commerciale puis au développement d'une production locale, soit par la création d'une filiale de production, soir par l'acquisition d'unités de production déjà établies. Ce processus incrémental conduit les entreprises à apprendre grâce à l'expérience directe qu'elles acquièrent au travers de leurs activités locales. Les connaissances « expérientielles » ainsi acquises leur permettent de réduire l'incertitude associée aux développements ultérieurs de leurs activités dans le pays d'accueil.

La première de ces deux prédictions n'est pas d'un très grand intérêt dans le cadre de cette recherche. Sa validation empirique s'est d'ailleurs avérée problématique (Benito et Gripsrud, 1991).

La deuxième prédiction est beaucoup plus intéressante. Elle signale en effet l'existence potentielle d'une inertie spatiale forte dans les choix de localisation d'usines à l'international, puisque les entreprises sont supposées privilégier les pays dans lesquelles elles disposent d'une implantation commerciale, voire productive, préalable. Rhee et Cheng (2002), étudiant les décisions d'investissement à l'international des entreprises industrielles coréennes montrent ainsi que, lorsqu'elles sont confrontées à un fort niveau d'incertitude sur

le marché choisi et lorsqu'elles ont peu d'expérience en matière d'activités à l'international, ces entreprises tendent à se conformer au processus de développement incrémental proposé par Johanson et Vahlne.

Cependant, la portée de ce résultat et donc l'intensité de l'inertie qui caractérise les décisions de localisation d'usines à l'international est restreinte par plusieurs facteurs.

En premier lieu, ce modèle d'engagement progressif de ressources correspond avant tout aux premières phases de l'internationalisation des PME (Melin, 1992). Les grandes entreprises disposant de plus d'expérience à l'international sont susceptibles d'avoir moins recours à l'inertie dans leurs choix de localisation d'usines à l'international (Anderson, 1993). Comme dans le cas de l'imitation, la taille de l'entreprise apparaît donc comme un facteur explicatif essentiel du recours à l'inertie en vue de limiter les risques associés à l'internationalisation.

Ensuite, cette approche incrémentale de la localisation à l'international s'applique surtout aux investissements productifs visant à desservir les marchés locaux. Lorsque, par exemple, des entreprises cherchent à implanter des usines à l'international pour profiter des coûts les plus bas et réexporter la production vers leur pays d'origine, un tel modèle est moins pertinent. En effet, dans ce cas, l'entreprise est avant tout confrontée à une incertitude opérationnelle, qui n'est pas spécifique au pays choisi mais dépend du niveau d'expérience général de l'entreprise en matière d'opérations de production à l'international (Rhee et Cheng, 2002). Des entreprises disposant d'un bon niveau d'expérience en la matière pourront alors choisir des pays dans lesquels elles ne disposent d'aucune présence préalable sur la base de leurs caractéristiques propres (typiquement, dans ce cas, le faible niveau de coût de leur main d'œuvre). En revanche, une entreprise disposant de moins d'expérience à l'international privilégiera des pays dans lesquels elle est déjà présente ou, à défaut, recourra à l'imitation des choix d'autres entreprises comparables (Delios et Henisz, 2001).

Enfin, seule l'inertie spatiale intervenant dans le choix du pays d'accueil est étudiée. Le rôle de cette inertie sur le choix d'une localisation plus précise à l'intérieur du pays d'accueil n'est pas envisagé.

Pourtant, à cette échelle géographique, l'importance des phénomènes d'inertie spatiale dans les choix de localisation d'usines est un constat ancien (Joffre et Koenig, 1985). Néanmoins, dans ces cas, la forte tendance constatée à l'inertie peut être attribuée autant à la volonté de limiter les coûts de transport et de logistique qu'aux limitations cognitives et à

l'aversion pour le risque des décideurs[30]. Lorsque des activités de production ou de distribution de biens physiques sont concernées, le recours exclusif à des données secondaires et à des modélisations de type logit ne permet pas d'individualiser clairement les rôles joués par ces deux logiques susceptibles de sous-tendre les décisions de localisation (Greve, 2000).

4.1.2. L'influence des réseaux sociaux des dirigeants sur leurs décisions d'implantation : Contrainte ou opportunité ?

La littérature cherchant à mettre en évidence empiriquement l'influence des réseaux de relations sociales des dirigeants d'entreprises sur leurs choix de localisation peut être scindée en deux parties.

D'une part, se trouvent des auteurs pour lesquelles ces réseaux sociaux, lorsqu'ils sont à structure essentiellement locale, posent des restrictions sur la liberté de choix des entreprises en la matière et constituent de ce fait une contrainte sur leurs stratégies de localisation aux conséquences négatives potentiellement importantes sur les performances, voire sur la survie des entreprises concernées (a).

D'autre part, des auteurs considèrent que, en particulier pour les entreprises familiales de petite taille, les réseaux de relations sociales entretenus par leurs dirigeants sont une source d'avantages concurrentiels. Ils sont en effet de nature à faciliter le développement de l'activité de ce type d'entreprise à l'international, compensant ainsi la relative faiblesse de leurs moyens matériels (b.).

a. Les réseaux de relations locales des dirigeants de PME à l'origine d'une inertie spatiale accrue ?

L'insertion[31] de certaines entreprises, et notamment de PME dont l'activité est concentrée dans une seule et même région, dans des réseaux de relations hors-marché à caractère local (Storper, 1995) est l'un des thèmes les plus étudiés depuis 20 ans en sciences régionales. L'abondante littérature sur les Districts Industriels (Becattini, 1992) et sur les milieux innovateurs (Maillat, 1994) souligne toute l'étendue des avantages que des entreprises de petite taille peuvent retirer de leur insertion dans de tels réseaux, aussi bien en termes d'accès à des connaissances techniques ou à des opportunités commerciales qu'au travers de la création de structures communes ou encore de relations partenariales avec d'autres

[30] Afin de simplifier notre propos, nous emploierons par la suite le terme d' « inertie cognitive » pour désigner cette forme d'inertie spatiale.

[31] On peut également parler, pour reprendre le terme employé par Granovetter (1985), d'encastrement (*embeddedness*).

organisations locales. Cependant, un encastrement trop poussé et exclusif dans un réseau de relations sociales restreint à une aire géographique particulière peut conduire une entreprise à développer une inertie très forte dans ces choix de localisation, ceux-ci se cantonnant à l'aire géographique considérée. Cette inertie est particulièrement handicapante et dangereuse pour des entreprises qui se trouvent implantées dans des régions en déclin, celles-ci risquant alors de les entraîner dans leur chute.

Romo et Schwartz (1995) montrent ainsi comment les entreprises disposant d'un site industriel dans l'état de New York ont répondu de manière différenciée à une même menace, à savoir l'accroissement de la concurrence de la part d'entreprises implantées dans d'autres aires géographiques, et en particulier hors des Etats-Unis, et bénéficiant de coûts de main d'œuvre plus faibles. Leurs résultats indiquent que les petites entreprises mono-sites ont eu tendance, face à cette menace, à transférer leur activité de production sur des distances beaucoup plus courtes (souvent à l'intérieur même de l'Etat de New York) que les grandes entreprises, limitant par là même leurs gains en termes de coûts salariaux. Ils expliquent ces différences par la dépendance plus grande des entreprises mono-sites par rapport au milieu industriel local et aux réseaux de relations que leurs dirigeants ont su y tisser au fil du temps. Ces réseaux leurs permettent d'accéder plus aisément aux ressources dont elles ont besoin (connaissances technologiques, ressources humaines, mais aussi contrats de fourniture ou de sous-traitance). Un transfert sur une longue distance leur ferait courir le risque de perdre le contact avec ces réseaux de relations et, en conséquence, les ressources vitales auxquelles elles leurs permettent d'accéder. A l'inverse, les entreprises multi-sites apparaissent moins dépendantes par rapport à ces réseaux locaux. Elles sont de ce fait plus libres, pour faire face à la concurrence de pays à bas salaire, de transférer leur activité de production sur de longues distances. Elles disposent en outre, par l'intermédiaire de leurs sites localisés dans d'autres régions ou pays, d'informations de première main sur différentes aires géographiques, parfois très éloignées.

De manière similaire, Guillen (2002) affirme que, plus longtemps une entreprise reste cantonnée dans son pays d'origine, plus elle éprouvera de difficultés à s'implanter à l'étranger. De ce fait, plus une entreprise est ancienne, plus la probabilité qu'elle crée une première implantation industrielle à l'étranger baisse, quand bien même elle se trouverait confrontée à une dégradation de son environnement liée à une saturation de ses marchés ou à une hausse des coûts de main d'œuvre dans son pays d'origine. Selon Guillen, cette inertie serait notamment imputable à l'ensemble des relations que l'entreprise considérée a tissé localement au fil du temps avec ses fournisseurs et ses employés. Pourtant, cette idée n'est pas

validée empiriquement, puisque l'âge ne réduit pas de manière significative la propension des entreprises industrielles coréennes étudiées par Guillen à implanter une première usine en Chine.

b. Les réseaux sociaux vus comme une source d'avantages concurrentiels

Les réseaux de relations sociales constitués par les dirigeants d'une entreprise ne sont cependant pas nécessairement de nature strictement locale. Même s'ils restreignent l'ensemble des possibles en matière de choix de localisation, ils ne condamnent donc pas l'entreprise à l'inertie spatiale. Au contraire, ils peuvent permettre à l'entreprise d'entrer en contact avec des espaces géographiques distants de ces propres implantations et d'avoir ainsi accès à des informations précieuses sur ces espaces distants.

Des recherches empiriques ont ainsi montré que les réseaux sociaux des dirigeants pouvaient être utilisés pour faciliter le développement de l'activité à l'international de certaines entreprises et diminuer les risques qui y sont associés.

Dans ce cadre, ces réseaux sociaux sont sources d'opportunités et de croissance pour l'entreprise. Ils sont même considérés comme une forme particulière de capital, le capital social, à l'origine d'avantages concurrentiels pour certaines entreprises.

Ellis (2000) s'intéresse ainsi à l'importance que joue l'existence de relations sociales préalables du dirigeant à la fois dans le choix d'un pays pour y exporter la production de son entreprise et dans le choix d'un intermédiaire local pour ce faire. Il montre, au travers d'entretiens, que les dirigeants d'entreprises du secteur du jouet de Hong Kong acquièrent le plus souvent leur connaissance des opportunités commerciales sur les marchés étrangers au travers de leurs réseaux sociaux préexistants. Ces décideurs privilégient en effet, dans leurs activités de recherche d'informations sur les marchés étrangers, les sources d'informations personnelles correspondant aux relations sociales qui les lient avec des personnes en contact direct avec ces marchés (importateurs, distributeurs…) au détriment des sources d'informations plus objectives et impersonnelles. En conséquence, le choix des destinations des exportations de leur entreprise est plus déterminé par la préexistence de telles relations sociales avec des partenaires locaux que par la distance culturelle entre Hong Kong et le pays d'accueil finalement choisi (Johanson et Vahlne, 1977). Ellis montre que l'utilisation de ces réseaux sociaux permet aux dirigeants de choisir de meilleurs partenaires commerciaux locaux et s'avère ainsi bénéfique pour l'entreprise.

L'article de Chen et Chen (1998) est plus intéressant dans la perspective de la compréhension des décisions de localisation d'entreprises telles qu'elles ont été définies dans le cadre de cette thèse. Chen et Chen définissent les réseaux de relations sociales d'un dirigeant d'entreprise comme l'ensemble de ses relations personnelles (amicales par exemple) ou de ses relations d'affaires existantes qui lui ont permis de créer de la confiance et une compréhension mutuelle avec des partenaires extérieurs à l'entreprise.

Ils démontrent, au travers d'une enquête par questionnaire, que ces réseaux de relations sociales affectent significativement les décisions de localisation d'investissements directs à l'étranger (IDE) par les entreprises taïwanaises en Asie du Sud-Est, indépendamment des autres facteurs explicatifs plus traditionnels tels que les actifs stratégiques dont disposent ces entreprises ou encore les caractéristiques des pays d'accueil choisis (Dunning, 1992). Bien que leurs résultats l'indiquent de manière moins claire, ces réseaux sociaux jouent probablement aussi un rôle important dans les décisions d'implantation en Chine. Cependant, dans ce cas, la définition des réseaux sociaux devrait être élargie pour prendre en compte les relations personnelles entretenues par les dirigeants avec les représentants locaux des administrations centrales, personnages clé pour toute implantation en Chine.

Selon Chen et Chen, les dirigeants d'entreprises de Taïwan profitent du fait que leurs réseaux de relations peuvent aisément s'étendre, à partir d'une base domestique, à l'international en profitant des liens culturels et ethniques qui unissent les différentes diasporas chinoises d'Asie du Sud-Est[32]. Cependant, ces dirigeants ne disposent de réseaux sociaux que dans certains pays particuliers. L'utilisation de ces réseaux lors de leurs décisions d'IDE tend donc à restreindre l'ensemble des alternatives prises en considération pour la localisation pour ces investissements.

Le recours à ces réseaux de relations sociales facilite les IDE des entreprises taïwanaises de deux manières. En premier lieu, ils leur permettent de surmonter les barrières à l'entrée sur les marchés étrangers, notamment celles associées à leur déficit de connaissances sur les marchés locaux. Ils permettent également à ces entreprises d'accéder plus aisément aux ressources locales qu'elles sont venues chercher (opportunités commerciales, ressources naturelles, main d'œuvre, technologie…).

Les résultats qu'obtiennent Chen et Chen indiquent que ce sont surtout les PME disposant de peu d'expérience à l'international qui recourent à ces réseaux sociaux pour faciliter leurs IDE et ainsi accélérer leur processus d'internationalisation. De ce fait, ces

[32] Granovetter (1994) souligne l'importance des origines éthniques ou régionales communes dans la constitution de relations interpersonnelles basées sur la confiance.

entreprises peuvent, contrairement aux prédiction du modèle d'Uppsala (Johanson et Vahlne, 1977), passer directement aux décisions d'IDE sans avoir effectué au préalable d'engagements moins risqués, tels que l'exportation, dans le pays visé, voire sans avoir aucune expérience antérieure à l'international. Chen et Chen attribuent également l'utilisation de ces réseaux de relations sociales dans les choix de localisation des IDE au caractère familial des entreprises taïwanaises.

Ce faisant, ils rejoignent une littérature mince mais en développement sur le processus d'internationalisation des entreprises familiales. En effet, au-delà des particularismes associés à la tradition du *guanxi* dans la diaspora chinoise, l'utilisation des réseaux de relations sociales développés par leurs dirigeants est considérée comme l'une des principales caractéristiques spécifiques aux entreprises familiales.

Déterminer ce que sont les entreprises familiales n'est pas une tâche aisée et de multiples définitions existent (Allouche et Amann, 2000). La discussion des mérites comparés de ces différentes définitions n'est pas l'objet premier de cette section. De manière générale, on peut définir, avec Hirigoyen et Poulain-Rehm (1999), comme familiale toute entreprise « où un groupe d'actionnaires appartenant à une même famille exerce une influence effective sur le pouvoir de direction, en participant directement au management de l'entreprise ou en exerçant ses droits d'actionnaires » (p. 3).

Dans le cadre d'une approche en termes de ressources, l'internationalisation de l'entreprise familiale peut être analysée comme un processus au cours duquel elle mobilise les ressources spécifiques dont elle dispose et qui sont à l'origine de la constitution d'éventuels avantages compétitifs. Le capital social est l'élément central de l'ensemble de ces ressources spécifiques à l'entreprise familiale (Basly, 2002) que Habbbershon et Williams (1999) regroupent sous le terme de *familiness*. Ce capital social représente l'ensemble des ressources relationnelles que les membres de la famille dirigeante de l'entreprise peuvent mobiliser au travers de leurs réseaux de relations personnelles fondées sur la confiance en vue de faciliter leurs actions (Adler et Kwon, 2002 ; Arrégle et alii, 2003).

Pour Arrégle et alii (2003), l'existence d'un capital social particulièrement fort dans les entreprises familiales s'explique à la fois par la relative stabilité de la direction de ce type d'entreprises et par le niveau élevé d'interdépendance mutuelle et d'interactions existant entre les membres de la famille dirigeante. Ces deux caractéristiques expliquent l'émergence d'un réseau d'interactions particulièrement intenses et personnalisées non seulement au sein de la cellule familiale, entendue au sens large, mais également avec des acteurs extérieurs tels que les clients, les fournisseurs ou encore les banques de l'entreprise.

Ces relations sociales personnelles entretenues par les membres de la famille dirigeante joueraient ainsi un rôle particulièrement important dans la gestion et le développement de l'entreprise familiale. Elles peuvent en effet être utilisées en substitut ou en complément d'autres ressources internes, humaines ou financières, afin de compenser la relative faiblesse de ces dernières (Basly, 2002). Dans cette perspective, ces réseaux sociaux constituent un avantage concurrentiel pour l'entreprise familiale, surtout la PME, dans le cadre de son processus de développement à l'international. Pour Basly, c'est même le principal facteur conduisant ces entreprises à s'internationaliser. Le recours à ce réseau social permet en effet à ces entreprises de conquérir les marchés internationaux tout en autorisant la famille à conserver le contrôle de l'affaire.

Les dirigeants de ces entreprises tendraient ainsi à privilégier les pays sur lesquels ils disposent de connaissances « expérientielles » au travers des contacts personnels que eux ou les autres membres de leur famille y entretiennent. Ces contacts permettent à ces entreprises, comme l'ont souligné Chen et Chen (1998), d'accéder plus facilement aux ressources dont elles ont besoin pour mener à bien leurs opérations à l'international : ressources humaines, financières et informationnelles. En ce sens, les réseaux sociaux des dirigeants des entreprises familiales joueraient un rôle informatif similaire à celui joué dans le modèle de Johanson et Valhne (1977) par la présence préalable de l'entreprise dans le pays d'accueil. Ces liens personnels faciliteraient ainsi l'entrée des entreprises familiales sur de nouveaux marchés étrangers et limiteraient les risques qui y sont associés.

Ces relations sociales peuvent intervenir dans tous les types d'opérations d'internationalisation de l'activité de l'entreprise familiale, des opérations d'exportation aux investissements directs. Cependant, c'est dans ce dernier cas que leur place est le plus important, en raison du niveau élevé d'engagement de ressources que représentent ce type de décision (Basly, 2002).

Ces réflexions sont corroborées par les résultats de l'enquête par questionnaire réalisée par Gallo et Garcia-Pont (1996) auprès d'entreprises familiales espagnoles. Ces résultats montrent en effet que la présence dans un pays étranger d'un membre de la famille dirigeante facilite la réalisation, par l'entreprise familiale, d'investissements directs dans le pays considéré, la responsabilité des investissements réalisés étant ensuite confiée au membre de la famille installé localement. Celui-ci bénéficie en effet à la fois de la confiance des dirigeants de l'entreprise familiale et d'une bonne connaissance des opportunités et des risques que présente le marché local, permettant ainsi de réduire l'incertitude potentiellement élevée associée à l'investissement direct.

4.2. Processus de prise de décision de localisation et préférence pour des aires géographiques connues

L'incertitude et l'ambiguïté des situations de décision étudiées amènent à mettre l'accent sur les processus conduisant à la prise de la décision de localisation, les caractéristiques de ces processus pouvant avoir d'importantes conséquences sur la nature du choix qui sera finalement effectué.

Les recherches empiriques présentées dans le chapitre précédent et réalisées, pour l'essentiel, sous la forme de modèles logit utilisant des données secondaires ont, du fait même de la méthodologie adoptée, peu abordé cette question.

Pour Simon (1979), l'approche en termes de rationalité limitée ou procédurale conduit à s'intéresser aux processus de prise de décisions non-programmées dans les entreprises et non seulement aux caractéristiques des décisions qui sont finalement prises. Le terme de processus est ici employé au sens de « séquence d'événements, d'actions et d'activités individuelles ou collectives qui se déroule au fil du temps dans un contexte particulier » (Pettigrew, 2000, p. 68).

L'adoption de cette approche aurait donc dû, en théorie, générer des études empiriques détaillées et contextualisées des processus internes aux entreprises conduisant à la prise de décisions de localisation. De même, la prise en compte de l'encastrement de l'entreprise dans son environnement institutionnel plus large aurait dû susciter un intérêt pour l'étude des influences exercées de manière plus ou moins explicite par les acteurs de son environnement sur la prise de la décision de localisation.

Or, force est de constater que les études de cas approfondies qui permettraient d'avoir une vision plus précise du déroulement effectif de ces processus de décision dans les entreprises et de la manière dont ces processus affectent le choix final de localisation ne sont pas légion. Les quelques études existantes, pour la plupart anciennes, ne permettent guère de déceler de norme claire dans les comportements des entreprises en la matière (Aydalot, 1985).

En effet, le choix d'une localisation pour un nouveau site est, pour beaucoup d'entreprises, en particulier industrielles, un événement rare, voire exceptionnel. Le caractère ponctuel de cette situation de décision empêche le développement de procédures fixes et de routines pour y faire face. Il paraît donc difficile de proposer une modélisation unique du processus de décision de localisation.

En raison de la relative rareté des recherches adoptant une approche processuelle de la décision de localisation, la nature des relations existant entre, d'une part, le rôle joué dans le choix de localisation par la préférence des entreprises pour des aires géographiques connues et, d'autre part, la configuration du processus décisionnel repose plus sur des conjectures que sur des hypothèses empiriquement fondées. La conjecture la plus couramment émise consiste à effectuer une distinction polaire entre entreprises de petite taille et grandes entreprises (Schmener, 1982 ; Aydalot, 1985 ; Brossard, 1997 ; Hayter, 1997 ; Mérenne-Schoumaker, 2002).

4.2.1. L'hypothèse de la distinction polaire entre grandes entreprises et PME

a. La représentation du processus de décision de localisation dans les PME

Dans les entreprises de petite taille, l'intégralité du processus de décision de localisation relève d'une seule personne, le dirigeant de l'entreprise.

Cette personnalisation extrême du processus de décision est dictée par le relatif manque de moyens de ces entreprises. Elle contraint les ressources en temps, puisque cette tâche s'ajoute aux nombreuses autres responsabilités des dirigeants de PME, et en expertise qui peuvent être consacrées à la recherche de la nouvelle localisation. Pourtant, la prise d'une décision de localisation particulière a des conséquences potentiellement bien plus importantes pour une PME que pour une grande entreprise. Un mauvais choix en la matière peut en effet remettre en cause la pérennité même de l'entreprise.

La personnalisation très poussée du processus de décision a pour conséquence d'accroître le poids des biais cognitifs dans la décision de localisation.

En effet, la faiblesse des ressources disponibles pour mener à bien le processus de décision de localisation contraint les capacités de recherche des dirigeants de PME qui ne pourront, de ce fait, prendre en considération qu'un nombre restreint de lieux d'implantation potentiels.

De plus, la nature des localisations prises en considération sera considérablement influencée par les perceptions spatiales individuelles de ces dirigeants. Tout individu dispose en effet de connaissances géographiques très fragmentaires. Celles-ci sont façonnées par son vécu, son parcours personnel. Or, les dirigeants de PME, dans le cadre du choix d'une nouvelle localisation, sont à la recherche de modes de collecte de l'information sur les localisations potentielles qui soient à la fois peu coûteux et sûrs. Ils accordent donc plus d'attention et de confiance aux sources d'information personnalisées, que celles-ci se situent à

l'intérieur de leur entreprise ou à l'extérieur, au sein de leur réseau de relations personnelles ou professionnelles. Or, les PME disposent souvent d'un petit nombre de sites, généralement regroupés dans la même région et évoluent dans des réseaux de relations commerciales souvent limités géographiquement. Leur horizon spatial est donc restreint et leur recherche d'une nouvelle localisation se limite alors aux aires géographiques entourant leur(s) site(s) existant(s). Cette recherche locale permet aux dirigeants de PME de mieux faire face aux incertitudes associées, pour leur entreprise, à la création d'un nouveau site.

En somme, le fait que, dans les PME, le processus de recherche et de sélection d'une nouvelle localisation relève généralement du seul PDG rend ces entreprises particulièrement sensibles à l'inertie spatiale, à l'imitation et à l'utilisation, par le dirigeant, de son réseau de relations aussi bien personnelles que professionnelles. Les caractéristiques et les préférences personnelles du dirigeant sont donc déterminantes dans la compréhension du choix de localisation effectué par ce type d'entreprise.

b. La représentation du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises

A l'opposé, les grandes entreprises sont en mesure de mobiliser des moyens bien plus importants pour mener à bien le processus de choix d'une nouvelle localisation. Leurs dirigeants peuvent ainsi déléguer, en interne, une partie de la recherche et de l'évaluation des localisations envisagées à des services ou départements spécialisés (direction de la stratégie ou du plan, direction de la production, direction des ressources humaines voire direction des affaires immobilières pour les entreprises les plus grandes) chargés de prendre en compte les différents aspects de la décision de localisation.

Cette plus grande disponibilité en moyens humains confère aux grandes entreprises une plus grande capacité à collecter l'information. Cette capacité de collecte est encore accrue par le fait que ces entreprises disposent généralement d'un réseau de sites existants et de réseaux de relations d'affaires géographiquement plus étendus que ceux des PME. Ces différents réseaux leurs permettent d'accéder à des informations de première main sur un plus grand nombre de localisations plus dispersées géographiquement. Les grandes entreprises sont donc susceptibles de baser leurs choix de localisation sur la comparaison d'une plus grand nombre de localisations alternatives que les petites entreprises.

Elles disposent en outre d'une plus grande capacité à analyser les informations qu'elles auront collectées (Pred, 1967). Elles ont en effet souvent une plus grande expérience en interne en matière de choix de nouvelles localisations. Lorsque tel n'est pas le cas, leurs

moyens financiers leurs permettent de palier ce manque d'expérience en recourant aux services de cabinets de conseil externes spécialisés. De ce fait, le choix d'une nouvelle localisation s'appuie, dans les grandes entreprises, sur une analyse plus systématique et approfondie des différents lieux d'implantation potentiels envisagés.

Enfin, les grandes entreprises sont confrontées de manière régulière à des problématiques de choix de nouvelles localisations. La périodicité plus grande de ces situations de décision les amène à systématiser leurs processus de choix. En conséquence, le processus de décision de localisation y suit généralement des règles et procédures internes préétablies qui permettent aux différents intervenants de coordonner leurs actions de manière plus efficace. La décision de localisation est donc, dans ces entreprises, une procédure plus collégiale dont le résultat reflète la structure organisationnelle du processus de prise de décision plus que les préférences ou les perceptions individuelles d'un décideur particulier. En effet, la pluralité des intervenants dans le processus, cabinets de conseil compris, limite l'influence sur le choix de localisation des biais cognitifs et des préférences personnelles propres à chacun des intervenants.

Toutes ces caractéristiques du processus de décisions de localisation dans les grandes entreprises confèrent une plus grande rationalité économique au choix final de localisation.

L'emploi du présent de l'indicatif dans cette section ne doit cependant pas tromper sur la nature des affirmations qui viennent d'être énoncées. Il s'agit en effet plus de suppositions que de constats empiriquement fondés.

En effet, bien peu de recherches empiriques ont été spécifiquement consacrées à l'étude détaillée des processus de décision de localisation. La réalisation de recherches sur le déroulement des processus de décision de localisation nécessite l'adoption d'une méthodologie d'études de cas approfondie. Or, la mise en œuvre de cette méthodologie se heurte, dans le cas des décisions de localisation, à des obstacles considérables. Brossard (1997), qui s'y est essayé, souligne ainsi :

- la faiblesse du nombre de projet de nouveaux sites, en particulier dans les entreprises industrielles qui restreint les terrains d'étude potentiels ;
- la confidentialité qui entoure ces processus de décision, considérés par les entreprises comme stratégiques, ce qui a conduit plusieurs dirigeants à refuser de le recevoir pour un entretien ;
- la difficulté qu'il y a à accéder aux principales parties prenantes à ces processus de décision. Il s'agit en effet de dirigeants ou de cadres de haut niveau hiérarchique dont

l'emploi du temps est particulièrement chargé. De ce fait, ils n'acceptent de consacrer un peu de leur temps à un travail de recherche que s'ils y voient un intérêt direct pour eux et leur entreprise.

4.2.2. Vers une atténuation de l'opposition polaire entre grandes entreprises et PME

De manière générale, très peu de connaissances empiriques ont été produites sur les processus de décision de localisation suivis par les petites entreprises (Brossard, 1997).

Quelques recherches ont étudié de manière détaillée les processus de choix de localisation pour des nouvelles usines au sein de grandes entreprises industrielles. Les données collectées dans le cadre de ces recherches montrent la grande variété existant dans les processus de décision suivis. Elles conduisent ainsi à nuancer la stricte distinction polaire habituellement établie dans ce domaine entre PME et grandes entreprises.

Nous présentons ici de manière plus détaillée les principaux résultats des travaux de Schmenner (1982) et ceux de Brossard (1997). La démarche méthodologique utilisée par ces deux auteurs pour mettre en évidence le déroulement des processus de décision de localisation dans les grandes entreprises n'est pas très clairement explicitée. Elle semble cependant plutôt rudimentaire et assez éloignée des canons de l'étude de cas contextutalisée (Yin, 1988). En effet, leurs données empiriques proviennent, au sein de chacune des entreprises qu'ils étudient, d'entretiens avec un ou, au mieux, deux cadres ayant participé au processus de décision de localisation. En dépit de ces limites méthodologiques, l'ouvrage de Schmenner (1982) a eu une profonde influence sur les recherches empiriques réalisées ultérieurement outre-atlantique sur les décisions de localisation des entreprises industrielles (voir la section 2 du chapitre 2).

Brossard (1997) offre quant à lui un aperçu plus récent de la réalité de ces processus de décision. Son étude inclut en outre des entreprises de tailles et de nationalités plus variées que celle de Schmenner.

a. La typologie des processus de décision de localisation dans les grandes entreprises de Schmenner (1982)

Pour Schmenner (1982), la décision de localisation d'une nouvelle usine par une entreprise industrielle doit être analysée comme la succession de trois décisions liées entre elles et répondant aux trois questions suivantes :

- faut-il ou non accroître la capacité de production de l'entreprise ?

- l'adjonction de cette nouvelle capacité doit-elle se faire par l'agrandissement des sites existants, par le transfert d'une usine existante sur un terrain plus grand ou par la création d'une nouvelle usine ?
- lorsque la dernière option est choisie, où cette nouvelle usine doit-elle être implantée ?

Schmenner considère que le processus de décision de localisation d'une nouvelle usine est constitué par l'ensemble de ces trois étapes. Dans son ouvrage de 1982, il s'attache à caractériser les principales formes organisationnelles adoptées par les grandes entreprises industrielles américaines pour mener à bien ce processus de décision de localisation. Pour ce faire, il réalise une série d'entretiens auprès de cadres ayant pris part à des processus de décisions de localisation dans 60 entreprises industrielles classées par la magazine Fortune parmi les 500 plus grandes entreprises américaines. Ces entretiens lui permettent de constater l'existence de régularités dans les procédures de prise de décision utilisées. De ces régularités, Schmenner déduit une typologie des principaux modes d'organisation du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises américaines. Il distingue ainsi trois principaux modes d'organisation :

- les processus collectifs réalisés par les services centraux (*centralized, large corporate group studies*) ;
- les processus réalisés par les divisions (*division only studies*) ;
- les processus personnalisés réalisés par les services centraux (*centralized, small group studies*).

Le tableau 1.11 présente, pour chacun des types de processus de décision de localisation identifiés par Schmenner, les principaux intervenants et leurs rôles spécifiques, en distinguant chacune des étapes successives du processus.

Tableau 1.11 : Les trois principaux modes d'organisation des processus de décision de localisation de nouvelles usines dans les grandes entreprises industrielles américaines selon Schmenner (1982)

Types de processus de décision de localisation	Initiation du processus de recherche d'une nouvelle localisation		Processus de choix de la localisation de la nouvelle usine	
	Décision d'accroître les capacités de production	Décision de création d'une nouvelle usine	Recherche et évaluation des localisations potentielles	Choix final d'une localisation
Processus collectifs réalisés par les services centraux	Prises par le comité de direction de l'entreprise sur la base d'une procédure formelle de planification à moyen et long terme		- Réalisées par une comité constitué de différents spécialistes issus des services centraux ; - Placées sous la responsabilité d'un des services centraux de l'entreprise (souvent le département des affaires immobilières, *real estate department*)	- Proposé par le département des affaires immobilières ; - Approuvé (ou non) par le comité de direction de l'entreprise.
Processus réalisés par les divisions	- Prises par la direction de la division concernée ; - Approuvées (ou non) par le Comité de Direction de l'entreprise (cette approbation débloque le financement du projet de nouveau site).		Réalisées par un cadre dirigeant de la division concernée en relation avec les services centraux et, éventuellement, avec l'aide d'un cabinet de conseil externe	- Proposé par le cadre dirigeant de la division concernée en charge de la recherche - Approuvé (ou non) par le responsable de la division qui défend ensuite son choix auprès du Comité de direction de l'entreprise
Processus personnalisés réalisés par les services centraux	Prises par le PDG		Réalisées par un ou deux cadres de haut niveau (le directeur des affaires immobilières, par exemple) appartenant aux services centraux en relation étroite avec le PDG	Réalisé par le PDG avec le Vice-président concerné (typiquement, s'agissant de nouvelles usines, le Vice-Président en charge de la production)

Source : D'après Schmenner (1982).

La nature du terrain étudié par Schmenner, à savoir les grandes entreprises industrielles américaines de la fin des années soixante-dix et du début des années quatre-vingts, conduit à une représentation très spécifique du processus de décision de localisation.

En effet, les entreprises étudiées sont des entreprises de très grande taille regroupant, à l'époque de l'étude, des activités très diversifiées. De ce fait, nombre de ces grandes entreprises américaines ont adopté une structure multidivisionnelle. La prédominance, parmi les entreprises étudiées, de ce type de structure organisationnelle, explique pourquoi Schmenner construit sa typologie des processus de décision de localisation autour du rôle

qu'y jouent d'une part les services centraux (*corporate*) de l'entreprise concernée et, d'autre part, les directions des divisions opérationnelles. La typologie établie par Schmenner et présentée, de manière synthétique, dans le tableau 1.11 n'en est pas moins très intéressante. Elle conduit à nuancer la stricte opposition polaire établie entre, d'un côté, les processus de décision de localisation des PME et, de l'autre, les processus de décision de localisation des grandes entreprises. En effet, la présentation du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises sur laquelle se base cette distinction polaire correspond surtout au premier type de processus de décision de localisation.

Les processus de décision collectifs réalisés par les services centraux

Dans ces processus de décision, la phase de recherche et de sélection de la nouvelle localisation est placée sous la responsabilité d'un service central particulier ayant une expérience importante de ce type de décision (le plus souvent le département des affaires immobilières, mais il peut également s'agir de la direction du plan). Ce service fait appel, pour le seconder dans sa tâche, à différents autres services centraux spécialisés qui sont chargés, chacun dans leur domaine de compétence spécifique, de la collecte et de l'analyse des informations sur les localisations envisagées. Le processus prend ainsi un caractère très collégial. Cette collégialité vise d'une part à immuniser le processus de recherche par rapport aux préférences personnelles de l'un ou l'autre des intervenants et, d'autre part, à s'assurer que tous les aspects de la décision de localisation ont été examinés avant de procéder au choix final. Elle se traduit par la constitution d'une équipe qui a pour mission l'étude des localisations potentielles. Au gré des besoins, cette équipe peut inclure des représentants des départements de l'ingénierie, des ressources humaines, de la logistique, des affaires environnementales, des relations publiques, des affaires fiscales ainsi que des divisions opérationnelles concernées. Cette équipe est dirigée par un représentant du service qui a en charge l'ensemble du processus de recherche (le plus souvent, donc, le département des affaires immobilières). Ce service à la tâche de coordonner les interventions des différents services spécialisés dans le processus et de synthétiser leurs analyses partielles. Cette synthèse aboutit à la recommandation à la direction de l'entreprise d'une localisation particulière.

Ce mode d'organisation du processus de prise de décision garantit, selon Schmenner, que le choix de localisation découle d'une analyse approfondie, formalisée et aussi exhaustive que possible des différents lieux d'implantation envisagés. On serait donc, dans le cadre de ce type de processus, au plus proche d'un choix de localisation économiquement rationnel. Il y a tout lieu de penser que le rôle de la préférence pour des aires géographiques connues est, dans

ce cas, minimal. Ce mode d'organisation très formalisé du processus de décision de localisation caractérise notamment les entreprises appartenant à des secteurs intensifs en capital. En effet, pour ces entreprises, la création d'une nouvelle usine représente un investissement très important. Elles ne peuvent donc se permettre de se tromper dans le choix de la localisation de l'usine.

La spécialisation des tâches et le niveau élevé de formalisation qui caractérisent ce premier type de processus de décision ne se retrouvent pas dans les deux autres grands types identifiés par Schmenner.

Les processus réalisés par les divisions

Dans ces cas, l'initialisation du processus ainsi que la réalisation de l'étude visant à trouver la nouvelle localisation sont entièrement laissées à l'initiative de la division opérationnelle ou du centre de profit concerné. Cependant, à chacune des étapes du processus de décision, l'approbation du Comité de Direction de l'entreprise est nécessaire. Elle permet en effet à la division en question d'obtenir les fonds nécessaires à la réalisation de son projet. Or, les fonds disponibles à l'échelle de l'entreprise sont rationnés, c'est-à-dire que tout les projets présentés par les différentes divisions opérationnelles ne peuvent être financés et que, en conséquence, tous ces projets ne recevront pas l'aval du Comité de Direction. Dans ce contexte, les responsables des différentes divisions doivent convaincre les dirigeants de plus haut niveau de l'entreprise du bien-fondé et de la solidité de leur projet.

Le processus de décision de localisation prend alors un tour beaucoup plus politique. De fait, il implique de nombreuses phases de négociations et de tractations informelles en interne entre responsables de divisions et membres du comité de direction de l'entreprise. Cette politisation du processus de prise de décision est de nature à accroître le poids de l'inertie spatiale et de l'imitation dans les choix de localisation. En effet, le fait de proposer d'implanter le nouvelle usine dans une aire géographique connue diminue le niveau de risque associé au projet. Or, il s'agit d'un argument de poids dans les négociations internes (Cyert et March, 1963 ; Hayter, 1997) qui est susceptible d'accroître sensiblement les chances que la proposition d'investissement d'une division particulière soit ratifiée par la direction de l'entreprise.

D'autre part, dans ce type de processus, la phase de recherche et d'évaluation des lieux d'implantation potentiels est souvent confiée à un seul individu au sein de la division concernée. Or, celle-ci dispose en général d'une expérience limitée en matière de choix de nouvelles localisations. L'individu qui a la charge du processus de recherche tendra donc à

s'appuyer, pour découvrir les localisations potentielles et pour collecter des informations les concernant, sur son expérience et ses contacts personnels, à la fois dans et hors de l'entreprise. La structure de son réseau social jouera donc un rôle non-négligeable dans la proposition de localisation qu'il émettra. Ce recours aux relations personnelles peut néanmoins être atténué par l'implication dans le processus d'une société de conseil externe spécialisée. En effet, pour Schmenner, celle-ci apporte au processus de décision une plus grande neutralité et une réflexion plus approfondie.

Les processus personnalisés réalisés par les services centraux

Ils se caractérisent par le nombre très restreint d'intervenants. Dans ce cas, le processus de décision de localisation est directement impulsé par le PDG qui conserve un contrôle très étroit sur le déroulement de l'ensemble du processus. La recherche et l'évaluation des localisations potentielles sont ensuite confiées à un ou deux cadres de haut niveau de l'entreprise ayant une grande expérience dans ce domaine, tels que le directeur des affaires immobilières.

Bien que le niveau élevé d'expérience du cadre qui en a la charge laisse penser que cette recherche est réalisée de manière approfondie et systématique, la personnalisation relativement importante du processus de décision et la place centrale qu'y tient le PDG n'excluent pas une certaine préférence, de sa part, pour des aires géographiques connues. Cette personnalisation n'est pas sans rappeler la représentation qui est généralement faite du déroulement du processus de décision de localisation dans les PME. Pour Schmenner, ce type de processus de décision plus informels est caractéristique des entreprises dirigées par leur fondateur ou par une famille.

La typologie réalisée par Schmenner (1982) permet ainsi de constater que les choix de localisation des grandes entreprises peuvent, en fonction du nombre, de la nature et du rôle des intervenants dans le processus de prise de décision, être caractérisés par une préférence significative pour des aires géographiques connues. Cette préférence peut en outre être renforcée par le caractère politique du processus de prise de décision lorsqu'il est laissé à la charge des différentes divisions ou unités opérationnelles d'une entreprise en concurrence pour des ressources financières rares.

Dans les processus de décisions de localisation étudiés par Schmenner, seules deux catégories d'acteurs extérieurs à l'entreprise interviennent : les agences de développement

économique local, émanations des collectivités territoriales (états, comtés ou municipalités aux Etats-Unis) et les cabinets de conseil spécialisés.

L'intervention de ces deux catégories d'acteurs dans le processus de décision permet, selon Schmenner, d'améliorer la rationalité économique des choix de localisation effectués, grâce aux informations apportées sur les caractéristiques des localisations potentielles dans le cas des agences de développement économique local, et grâce à leur expérience et à leur approche plus distanciée dans le cas des cabinets de conseil.

Brossard (1997) apporte un éclairage sensiblement différent sur le rôle tenu dans le processus de décision de localisation par ces deux catégories d'acteurs extérieurs à l'entreprise. Cela le conduit à adopter une vision encore plus politisée du déroulement de ce processus dans les grandes entreprises.

b. Brossard (1997) et la mise en avant du caractère politique du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises

Comme Schmenner, Brossard (1997) cherche à comprendre comment les processus de choix de nouvelles localisations sont menés dans les grandes entreprises. A cette fin, il réalise une série d'entretiens en profondeur de type semi-directifs auprès de personnes chargées, dans 10 grandes entreprises américaines et européennes, de mener à bien le processus de choix d'un lieu d'implantation pour une nouvelle usine.

Outre le caractère plus récent de son étude empirique, le terrain qu'il explore présente deux différences importantes par rapport à celui de Schmenner :

- les entreprises étudiées sont de taille beaucoup plus variables. L'entreprise la plus petite de son échantillon ne compte ainsi que 450 salariés ;
- toutes les décisions étudiées concernent le choix d'une nouvelle localisation dans un pays autre que le pays d'origine de l'entreprise concernée, alors que les décisions étudiées par Schmenner étaient toutes restreintes au territoire des Etats-Unis.

D'autre part, l'objectif de Brossard n'est pas, à la différence de Schmenner, d'aboutir à une typologie des différents modes d'organisation des processus de prise de décision de localisation. La taille relativement modeste de son échantillon lui permet d'ailleurs difficilement de prétendre à un tel résultat. Ces entretiens constituent plutôt une phase exploratoire en vue de la construction d'un questionnaire portant sur la nature de la relation entre investisseurs étrangers et agences de développement économique local tout au long du processus de décision de localisation à l'international. Dans ce cadre, l'objet des entretiens est avant tout d'acquérir une meilleure compréhension du déroulement, dans les entreprises, de ce

processus ainsi que de mieux cerner la place qu'y tiennent les agences de développement économique local.

De la série d'entretiens qu'il réalise, Brossard (1997) retire quelques régularités dans la configuration des processus de décision de localisation dans les grandes entreprises.

Tout d'abord, il souligne la volonté commune des entreprises qu'il étudie de tendre vers une plus grande objectivité dans leurs processus de choix de nouvelles localisations. En disant cela, Brossard sous-entend que, dans les grandes entreprises comme dans les PME, les choix de localisation peuvent être guidés par des préférences personnelles.

Cette volonté d'objectivité détermine la forme organisationnelle qui est donnée au processus de choix de la nouvelle localisation. Elle conduit les entreprises étudiées à confier ce processus, en interne, à une équipe ou groupe de projet. Il s'agit là, selon Brossard, de la principale caractéristique qui distingue les grandes entreprises des PME. En effet, dans ces dernières, le processus de décision de localisation relève habituellement d'une seule et même personne.

Dans les grandes entreprises, l'équipe en charge du processus de décision de localisation est composée, en règle générale, de cadres de niveau hiérarchique élevé issus des différentes composantes de l'entreprise qui sont directement concernées par le projet de nouvelle usine (direction de la production, direction des affaires immobilières, direction de la division opérationnelle concernée...). Cette équipe est placée sous la responsabilité d'un chef de projet.

L'intervention, au cours du processus de décision de localisation, de cabinets de conseil spécialisés ainsi que d'agences de développement économique local est également destinée à accroître l'objectivité du processus de choix de la nouvelle localisation. Les services fournis par ces acteurs extérieurs permettent notamment à l'entreprise de prendre en considération et d'étudier un nombre plus important de localisations potentielles.

Les agences de développement économique local apportent des informations sur les caractéristiques des différents lieux d'implantation potentiels. De même, une entreprise recourt aux services de consultants extérieurs spécialisés lorsqu'elle dispose elle-même de peu d'expérience en matière de décision de localisation (Méchin, 2001) et, plus encore, lorsqu'elle souhaite impliquer dans le processus une tierce personne au regard extérieur et, en conséquence, supposée plus neutre.

Cependant, derrière cette recherche d’une plus grande objectivité, le processus de décision de localisation dans les grandes entreprises apparaît en fait à Brossard comme

éminemment politique, donnant lieu à de multiples négociations en interne. Les entretiens qu'il réalise l'amènent même à penser que « la vente du site à l'interne représente parfois un défi aussi important que le choix du site lui-même » (p. 66). Au centre de ces négociations se trouve le chef de projet. Même si la décision finale relève toujours de la direction générale de l'entreprise, c'est en effet à lui qu'il appartient de déterminer la localisation correspondant le mieux aux attentes de l'entreprise, cette localisation étant ensuite soumise à l'approbation de la direction. Sa personnalité peut exercer une influence considérable sur le choix définitif de la nouvelle localisation. En outre, étant donné son rôle central dans le processus de choix de localisation, le chef de projet est l'objet de nombreuses pressions internes. Ainsi, dans les entreprises multinationales, les différentes filiales nationales feront pression sur lui afin d'obtenir que la nouvelle usine soit implantée dans le pays dont elles ont la charge, favorisant par ce biais les comportements d'inertie spatiale. Par ailleurs, le chef de projet, une fois sa décision prise, doit convaincre les dirigeants de son entreprise de la pertinence de son choix de localisation.

Afin de faire face à ces multiples pressions internes et de mieux justifier son choix, le chef de projet recherche, auprès des acteurs extérieurs à l'entreprise, consultants et agences de développement économique local, non seulement des informations, mais également des appuis.

De fait, pour Brossard, le recours à des consultants extérieurs ne constitue pas une garantie absolue d'objectivité et de neutralité. En effet, la clientèle de la plupart des cabinets de conseil spécialisés en localisation est composée non seulement des entreprises à la recherche de nouveaux lieux d'implantation, mais également des gouvernements ou des collectivités locales qui souhaitent amener ces entreprises à s'implanter dans des régions bien particulières. Les consultants peuvent alors être tentés de mettre en avant, dans leurs propositions aux entreprises, ces régions particulières. D'autre part, les cabinets de conseils en localisation, mus par la volonté de réduire les coûts de collecte de l'information, auront tendance à formuler des propositions proches des vues de leurs clients (Joffre et Koenig, 1985). Ce faisant, ils renforcent, lorsqu'elles existent, la tendance des entreprises à privilégier les localisations situées dans des aires géographiques qui leurs sont familières (Brossard, 1997).

Il résulte de ces remarques générales que les comportements de choix de localisation des grandes entreprises ne peuvent être considérés comme exempts de toute préférence pour les aires géographiques connues.

Dans les grandes entreprises qu'il étudie, Brossard souligne la prédominance des approches très « méthodiques et professionnelles » des processus de choix de localisation. Néanmoins, le cas de l'implantation par l'entreprise américaine Digital d'un site de production dans le Sud de la France vers le milieu des années quatre-vingts le conduit à noter « le rôle parfois important joué par l'intuition, les a priori alors que l'on se trouve dans une grande organisation » (p. 56). Ces *a priori* se traduisent généralement par l'adoption de comportements d'inertie spatiale ou d'imitation. Or, l'intervention, dans le processus de décision de localisation, d'un cabinet de conseil spécialisé n'atténue pas nécessairement ces comportements. Elle peut même les renforcer, le rapport produit par les consultants étant utilisé comme une arme politique dans les luttes de pouvoir internes à l'entreprise (Joffre et Koenig, 1985).

4.2.3. Au-delà des processus de décision de localisation de nouvelles usines

a. Des processus différents suivant la nature du nouveau site concerné

L'aperçu que donnent Schmenner et Brossard des processus de décision de localisation dans les grandes entreprises industrielles n'est cependant que très partiel. Leur analyse découle en effet de l'étude d'une catégorie bien spécifique de décisions de localisation : les choix de localisation pour de nouvelles usines représentant, pour les entreprises concernées, des créations ex-nihilo de nouvelles capacités de production.

La variété des modes d'organisation des processus de prise de décision de localisation est donc probablement, dans les grandes entreprises, bien plus importante que ne le suggère la typologie établie par Schmenner.

A cet égard, Schemnner comme Brossard indiquent que, au sein d'une même entreprise, le déroulement du processus de décision de localisation varie sensiblement en fonction de la nature du nouveau site à localiser.

Schmenner (1982) signale ainsi que la prise de décision concernant de nouvelles usines de grande taille et nécessitant des investissements importants de la part de l'entreprise relève exclusivement des services centraux. A l'inverse, la responsabilité de la prise de décision de localisation d'usines plus petite est « plus ou moins » déléguée à la division opérationnelle concernée.

Brossard (1997) souligne quant à lui que les caractéristiques du processus de choix varient, au sein d'une même entreprise, en fonction de l'activité principale de nouveau site projeté. Cette remarque s'appuie sur le constat de l'existence de différences sensibles, au sein

de l'entreprise Sun Microsystems, dans les processus de décision de localisation concernant un centre de production, un centre de distribution-entrepôt et un centre de Recherche et Développement. Brossard ne précise toutefois pas la nature de ces différences. Tout au plus note-t-il que les choix de localisation des bureaux de vente à l'étranger sont souvent conditionnés par le lieu de résidence du futur responsable du bureau en question.

Ces remarques suggèrent que, lorsque les décisions de localisation correspondent à des investissements de montants moindres et, en conséquence, exposent l'entreprise à des risques plus limités, le processus de recherche et de sélection de la nouvelle localisation peut être déléguée à la division opérationnelle ou à la direction fonctionnelle la plus directement concernée voire même au futur responsable du nouveau site, et ce, même si l'approbation de la direction générale de l'entreprise demeure nécessaire pour entériner le choix effectué. Or, ces différents acteurs auront à la fois une vision plus locale et une moindre expérience du choix d'une nouvelle localisation que les services centraux de l'entreprise (Cyert et March, 1963). Dans ce cas, le choix de localisation est donc d'autant plus susceptible d'être biaisé dans le sens d'une préférence accrue pour les aires géographiques connues.

b. Les décisions de transferts d'activités

D'autre part, Schmenner et Brossard n'ont étudié que les processus de choix de localisation pour de nouvelles usines représentant, pour les entreprises qui les prennent, des augmentations de leur capacité de production. Ils ne donnent en revanche aucune indication sur l'organisation du processus de prise de décision lorsque la décision de localisation correspond, au sein d'une entreprise, à un transfert d'activités depuis un ou plusieurs de ses sites existants. Dans ce cas, sont susceptibles d'intervenir dans la prise de décision, outre les divers acteurs internes déjà mentionnés, les acteurs locaux directement concernés, à savoir les responsables et les salariés du ou des sites dont l'activité doit être transférée.

En effet, lors d'opérations de transferts vers un nouveau site, certains salariés préféreront, en raison des conséquences potentielles du transfert sur leur vie privée (augmentation de leur temps de trajet domicile/travail, obligation de déménager pour l'ensemble de la famille…), quitter l'entreprise plutôt que d'être à leur tour transférés. Plus la distance géographique entre le ou les sites d'origine et le lieu d'implantation du nouveau site est grande, plus la proportion de salariés qui feront ce choix est susceptible d'être importante. La perte d'une partie de son personnel, lorsqu'elle n'est pas intentionnelle, constitue un problème pour l'entreprise. Ce problème prend une importance toute particulière lorsque les

salariés concernés sont hautement qualifiés. Dans ce cas, leur départ risque d'occasionner une perte de savoir-faire très dommageable pour l'entreprise.

Pour Malecki et Bradbury (1992), lorsque les salariés concernés par la décision de transfert sont hautement qualifiés, comme cela est le cas lors du transfert d'activités de R&D, la volonté de l'entreprise de conserver ces salariés la conduira à prendre en compte, dans son processus de décision de localisation, leurs préoccupations personnelles. La localisation choisie pour le nouveau site constitue alors un compromis entre les besoins de l'entreprise et les préférences spatiales des salariés qualifiés concernés. Ainsi, la peur de perdre des salariés qualifiés est à l'origine d'une inertie spatiale particulièrement prononcée lors des décisions de transferts vers de nouvelles localisations de sièges sociaux ou d'activités de Recherche et Développement. Toutefois, Malecki et Bradbury remarquent que les directions d'entreprises n'ont qu'une connaissance très imparfaite des préférences spatiales de leurs salariés. Les desiderata de ces salariés semblent en effet être pris en compte de manière indirecte par les décideurs sans pour autant que les salariés eux-mêmes, ou leurs représentants, ne soient des parties prenantes actives dans le processus de choix de la nouvelle localisation.

Les quelques cas ponctuels de processus de décision de transferts de sites dans les grandes entreprises nationalisées françaises cités par Inisan et Saint-Raymond (1996) confortent cette intuition. Ainsi, chez Air France, le cadre dirigeant en charge du choix de localisation a simplement intégré dans son analyse la répartition des lieux de résidence des salariés concernés sans que ces derniers ne soient directement consultés. Lorsqu'une telle consultation est réalisée, c'est bien souvent en aval, après que la localisation ai été choisie. La consultation porte alors sur la mise en œuvre de la décision et sur les mesures d'accompagnement, telles que la mise en place éventuelle d'un plan social qui implique la consultation des organes de représentation du personnel (Comité d'entreprise, représentants syndicaux), plutôt que sur le choix de localisation en lui-même.

En guise de synthèse

Des travaux empiriques réalisés récemment dans le domaine du management stratégique indiquent que la préférence des décideurs pour les aires géographiques connues constitue un guide important pour les décisions de localisation d'établissements de services aux particuliers et de nouvelles unités de production dans des pays étrangers, plus particulièrement pour les entreprises de petite taille.
La portée de ces résultats est toutefois limitée par la spécificité des terrains étudiés et par le recours exclusif à des modèles logit sur données secondaires. Le choix de cette démarche méthodologique empêche en particulier la prise en compte de l'utilisation par les décideurs, de leurs réseaux sociaux dans le cadre de la prise de décision de localisation.

Or, des recherches s'intéressant à cette thématique et recourant à d'autres méthodologies de collecte des données ont démontré une présence significative de ce type de comportement lors de l'internationalisation des entreprises familiales. Toutefois, au vu de la littérature, ces réseaux sociaux peuvent être considérés tout à la fois comme une opportunité pour le déploiement spatial de l'entreprise et comme une contrainte canalisant voire limitant ce déploiement.

D'autre part, les quelques études approfondies réalisées sur les processus de décision de localisation de grandes entreprises industrielles amènent à relativiser la stricte opposition polaire généralement établie entre PME et grandes entreprises. Les comportements de ces dernières sont en effet, au gré de la configuration des processus décisionnels et des jeux politiques internes, également exposés aux facteurs « personnels » et aux logiques de préférence pour les aires géographiques connues.
Les auteurs des études citées tendent cependant à confondre ces deux types de comportement et à les considérer, dans une stricte perspective de rationalité limitée, comme des écarts forcément néfastes par rapport à un idéal, jamais atteint, de rationalité économique. Ils se concentrent en outre sur la localisation de nouvelles usines correspondant, pour les entreprises concernées, à des ajouts de nouvelles capacités. Ils négligent de ce fait les opérations de transferts d'activités sur de nouveaux sites. Dans ces circonstances, les divergences importantes existant entre les points de vue des directions d'entreprises et des acteurs locaux (responsables de sites et salariés concernés par la décision, Chanteau, 2001) sont susceptibles d'exercer une influence considérable sur la prise de décision.

Chapitre 5 : La délicate question de l'évaluation des résultats des décisions de localisation

Présentation du chapitre

L'individualisation des effets d'une décision de localisation particulière sur la performance de l'entreprise qui la prend ou même du site nouvellement implanté constitue un exercice très délicat pour les chercheurs.

Plusieurs voies ont été explorées dans ce sens : des réflexions en termes d'efficience sur des terrains clairement délimités (5.2.), mais également l'étude de l'influence de certaines décisions de localisation sur la richesse des actionnaires des entreprises concernées (5.3.).
La pertinence de l'adoption de comportements de préférence pour des aires géographiques connues doit toutefois s'envisager avant tout au regard des difficultés non anticipées rencontrées par l'entreprise sur la nouvelle localisation qu'elle a choisie et ce dans le cadre d'une approche plurielle de la performance (5.4.).

La description, et l'explication, de la manière dont les entreprises effectuent leurs choix de localisation est certes intéressante mais elle ne peut constituer une fin en soi. L'analyse des comportements de localisation n'a d'intérêt que dans la mesure où elle permet d'améliorer la compréhension de la plus ou moins grande réussite des entreprises dans cet exercice.

L'adoption d'une approche néoclassique de l'entreprise rend par définition inutile l'étude de la relation entre décision de localisation et performance. En effet, sous les hypothèses de rationalité substantive et d'information parfaite, les décideurs sont supposés choisir, pour un nouveau site, la localisation optimale, c'est-à-dire celle qui permettra à leur entreprise d'obtenir le meilleur niveau de performance possible. Dans ce cadre, les entreprises qui réaliseraient, le cas échéant, des choix de localisation sous-optimaux doivent être éliminées, à terme, par le jeu de marchés fonctionnant selon les règles théoriques de la concurrence pure et parfaite (Polèse, 1994).

Dés lors que l'on reconnaît l'existence de limites à la rationalité et à l'information des décideurs, on accepte, par là même, la possibilité d'imperfections dans les décisions d'entreprises (Favereau, 1993). Dans un cadre de rationalité limitée, le choix de localisation devient donc un problème de gestion à part entière que les entreprises résoudront avec plus ou moins de bonheur. Dans un tel cadre, l'étude de la relation entre le choix d'une nouvelle localisation et la performance de l'entreprise prend tout son sens. Or, la nature de cette

relation n'est pas bien comprise pour la simple et bonne raison qu'elle a, à ce jour, été très peu étudiée.

Le peu d'intérêt qu'a suscité l'étude de cette relation est d'autant plus dommageable que le recours, par les entreprises, à des comportements de localisation traduisant leur préférence pour des aires géographiques connues repose sur des hypothèses fortes concernant le lien entre choix de localisation et performance. Dans ce domaine, l'hypothèse qui prévaut est que l'adoption de comportements d'inertie spatiale, d'imitation ou l'utilisation, par les dirigeants, de leurs réseaux sociaux facilite la mise en œuvre des décisions de localisation en réduisant l'incertitude qui leur est associée. Ces comportements devraient donc se traduire, pour l'entreprise, par l'obtention, au moins à court terme, d'une meilleure performance à l'échelle du nouveau site concerné par la décision (Hayter, 1997). Cependant, faute de réelles vérifications empiriques, cette hypothèse relève plutôt de la conjecture.

Traiter du lien existant entre choix de localisation et performance de l'entreprise n'est toutefois pas chose aisée. Les difficultés que pose l'étude de ce lien expliquent sans doute une bonne part de la négligence dont il a fait l'objet dans la littérature académique.

5.1. Le problème de la mesure de la performance de l'entreprise

Tout chercheur souhaitant traiter, empiriquement, de ce lien, se heurte en premier lieu à la question de la mesure de la performance de l'entreprise. En effet, il est peu de termes qui, en sciences de gestion, soient plus ambigus et polysémiques que celui de performance.

En première approche, la performance d'une entreprise peut être envisagée de deux manières : sous l'angle de l'efficience ou sous l'angle de l'efficacité. L'efficience mesure le rapport entre les moyens utilisés et les résultats obtenus et renvoie à l'idée d'optimisation des moyens employés pour parvenir à un résultat donné. Elle se mesure au travers d'indicateurs tels que la productivité, la rentabilité, mais aussi le profit ou encore les coûts de production (Kalika, 1988). L'efficacité se définit, quant à elle, comme la capacité à atteindre les objectifs que s'est fixés l'entreprise. Ces deux approches de la performance sont distinctes. Ainsi, bien qu'efficacité et efficience aillent souvent de pair, une entreprise peut être efficace sans pour autant être efficiente et inversement.

5.2. Choix de localisation et efficience économique à l'échelle d'un site

Les modèles économiques théoriques de la localisation s'inscrivent nettement dans une perspective d'efficience. En effet, dans ces modèles, la meilleure localisation est définie comme celle qui permet à l'entreprise de maximiser son profit ou de minimiser ses coûts. Dans leur prolongement, les quelques rares références empiriques cherchant à évaluer les résultats d'un choix de localisation sur la performance de l'entreprise ont également adopté cette perspective.

Un deuxième problème se pose alors : Celui de l'identification de la part de la performance de l'entreprise (ou de son absence de performance) attribuable à ses choix de localisation. La résolution de ce problème nécessite, en premier lieu, que l'on se situe au niveau d'une décision de localisation individuelle. Il s'agit alors de déterminer quelle influence le choix d'une localisation particulière pour un nouveau site aura sur la performance de l'entreprise. Or, la décision de localisation étant prise à l'échelle d'un site, il paraît logique de penser que cette influence doive également être évaluée à cette échelle (Shaver et Flyer, 2000).

Dans les entreprises, les mesures les plus usuelles de la performance sous l'angle de l'efficience sont comptables. Cependant, les données comptables ne prennent pas en considération l'échelle du site, à moins que celui-ci ne constitue une filiale juridiquement distincte de l'entreprise qui prend la décision de localisation. A défaut de données comptables, la mise en relation des comportements de choix de localisation avec la performance à l'échelle du site nécessite le recours à d'autres indicateurs.

5.2.1. Le cas des sites de services aux particuliers

L'identification d'indicateurs de performance pertinents constitue une tâche bien plus aisée pour les sites de services aux particuliers que pour les autres sites, notamment les sites de production industrielle.

En effet, les sites de services aux particuliers s'adressent à une demande essentiellement locale. De ce fait, le choix d'une localisation pour un site de ce type affectera avant tout le niveau de ses revenus. L'identification d'un critère de performance est alors d'autant plus simple que la population de sites étudiée est homogène. Ainsi, Chung et Kalnins (2000, 2001) recourent-ils au revenu par chambre pour évaluer le niveau relatif de

performance associé aux choix de localisation des hôtels et motels de l'Etat du Texas. Cet indicateur constitue en effet une mesure standard de performance dans ce secteur d'activité. Les données le concernant présentent en outre l'avantage d'être aisément accessibles.

L'utilisation de cet indicateur permet à Chung et Kalnins (2001) de montrer que les hôtels texans de petite taille obtiennent de meilleures performances lorsqu'ils sont implantés à proximité d'autres hôtels de taille plus importante. A l'inverse, les hôtels de moyenne ou grande taille obtiennent de moins bonnes performances dans les aires géographiques où se concentrent d'autres hôtels de grande taille. Ces résultats empiriques complètent ceux obtenus par Baum et Haveman (1997) en montrant que le choix, pour un nouvel hôtel, d'une localisation proche d'hôtels existants constitue une stratégie bénéfique en termes de performance pour les hôtels de petite taille mais négative pour les hôtels de moyenne et grande taille.

A l'aide du même indicateur, Chung et Kalnins (2000) étudient les effets en termes de performance du choix, par le gérant d'un nouvel hôtel, d'un lieu d'implantation situé à proximité d'autres hôtels dont les gérants ont la même origine ethnique et géographique que lui. Leur hypothèse de départ est que la proximité géographique entre hôtels appartenant aux membres d'une même communauté (dans le cas de l'industrie hôtelière du Texas, il s'agit des immigrés originaires de l'état indien du Gujarat) permet à ces derniers de s'entendre à l'échelle locale afin de fixer des prix supérieurs à ceux des hôtels tenus par leurs compatriotes mais plus isolés géographiquement. Les résultats statistiques qu'ils obtiennent ne confirment pas cette hypothèse. Ils semblent indiquer que, sur ce terrain, l'utilisation par les gérants d'hôtels de leurs réseaux sociaux basés sur une origine ethnique et géographique commune pour choisir leur localisation n'a pas de conséquences sur la performance de leur établissement.

Cependant, Chung et Kalnins eux-mêmes ne considèrent pas ces résultats comme totalement convaincants. En effet, une mesure plus appropriée de l'efficience des hôtels étudiés doit intégrer, outre le revenu par chambre, les différences dans les niveaux de coûts qui peuvent exister d'un hôtel à un autre. La non-significativité des résultats obtenus par Chung et Kalnins n'exclut donc pas totalement l'importance des liens informels sur une base communautaire dans l'explication des choix de localisation et des performances des hôtels texans tenus par les immigrés originaires du Gujarat. Plutôt qu'une hausse des revenus par chambre, ces liens communautaires pourraient permettre un abaissement des coûts d'exploitation des hôtels implantés à proximité les uns des autres. Des articles parus dans la presse spécialisée laissent en effet penser que les Indiens originaires du Gujarat et dirigeant

des hôtels situés dans une même aire géographique tendent à grouper leurs achats afin d'obtenir des prix plus bas auprès de leurs fournisseurs. Cependant, les données concernant les structures de coûts des hôtels sont beaucoup plus difficiles à obtenir que celles concernant les revenus par chambre ou les prix pratiqués.

5.2.2. Le cas des sites de production industrielle

Le problème de l'identification d'indicateurs de performance appropriés se pose avec encore plus d'acuité lorsqu'il s'agit d'évaluer et de comparer les performances de sites de production industrielle. Le choix d'une localisation particulière peut en effet avoir des conséquences multiples sur la performance du site de production industrielle concerné. Ces conséquences se mesurent avant tout en termes de coûts. Néanmoins, les résultats d'une décision de localisation d'une nouvelle usine peuvent également se mesurer en termes de revenus. Certains sites de production industrielle, surtout lorsque leur production est destinée à des marchés locaux, peuvent en effet être dotés de services commerciaux propres. Ils peuvent alors être considérés, au sein de leur entreprise, comme des centres de profit à part entière (ce fait est notamment souligné par Schmenner, 1982, dans le cas d'entreprises agro-alimentaires). A contrario, d'autres sites n'accueilleront qu'une activité de production de biens et n'auront pas la responsabilité de la commercialisation de leur production. Ils seront alors considérés, au mieux, comme des centres de coûts.

La performance, en termes d'efficience, d'un site de production industrielle pourra donc être mesurée à partir du chiffre d'affaires qu'il génère ou du niveau de ses profits s'il a, au sein de l'entreprise à laquelle il appartient, le statut de centre de profit. A l'inverse, la performance d'un site de production considérée comme un simple centre de coûts ne pourra être évaluée qu'au vu du niveau de ses coûts de production.

La performance des sites de production industrielle ne sera donc pas nécessairement mesurée de manière homogène, ce qui rend difficile toute analyse comparée sur la base d'indicateurs quantitatifs. Ces problèmes de comparaison se surajoutent aux difficultés d'accès à ces indicateurs qui constituent, quelle que soit leur nature, des données internes aux entreprises.

Afin de contourner ces difficultés, Shaver et Flyer (2000) utilisent, pour évaluer les performances des sites de production industrielle implantés par des entreprises étrangères sur le territoire des Etats-Unis, leur survie à long terme (8 ans après leur création). Pour Shaver et Flyer, la survie de ces sites industriels traduit leur capacité à être profitable, ou du moins efficient en termes de coûts de production, sur le long terme et constitue de ce fait un bon

indicateur de la performance à l'échelle du site. Celui-ci a en outre le mérite d'être aisément accessible. Le fait qu'une entreprise investissant à l'international se désengage d'un site de production, en le vendant ou en le fermant définitivement, indique ainsi, selon eux, l'incapacité de ce site à être efficient sur le long terme.

Cet indicateur de survie des sites leur permet de tester l'hypothèse selon laquelle l'existence d'économies d'agglomération pousse les entreprises à se concentrer géographiquement, cette concentration améliorant la performance à l'échelle du site concerné. Les économies d'agglomération sont en effet supposées permettre un abaissement des coûts ou un accroissement de l'efficience des activités de production industrielle.

Les résultats qu'obtiennent Shaver et Flyer indiquent que les entreprises qui choisissent de s'implanter dans une aire géographique où sont concentrés de nombreux autres sites industriels relevant du même secteur d'activité diminuent les chances de survie de leur nouveau site. Ils expliquent ce résultat apparemment paradoxal par l'existence d'un phénomène de sélection adverse en matière de choix de localisation. En effet, les entreprises implantant des sites de taille relativement petite seraient plus incitées à adopter des comportements d'agglomération afin de profiter des avantages associés à la proximité avec des sites de taille plus importante (tels que l'accès à des informations technologiques ou la possibilité de débaucher des salariés qualifiés dans ces sites) et appartenant à des entreprises du même secteur d'activité qu'elles. A l'inverse, les sites de taille relativement grande profiteraient moins de ces avantages liés à l'agglomération et tendraient donc à être implantés dans des localisations plus isolées. Or, les sites de plus petite taille auraient, toujours selon Shaver et Flyer, un taux de survie plus faible que les sites de grande taille.

Leurs résultats montrent en outre que les sites implantés par des entreprises disposant d'une présence préalable aux Etats-Unis ont des avantages significatifs en termes de survie, ce qui indique, sur ce terrain particulier, l'existence d'une influence positive des comportements d'inertie spatiale sur la performance des nouveaux sites. La portée de ce résultat reste cependant limitée du fait de la méthode employée et des caractéristiques particulières du terrain étudié. En outre, il n'existe pas, à notre connaissance, de recherches empiriques évaluant les conséquences des comportements de localisation recourant à l'utilisation des réseaux sociaux des dirigeants sur la probabilité de survie des nouveaux sites concernés.

De manière plus fondamentale, la survie des sites de production industrielle apparaît comme un indicateur bien imparfait de l'efficience de leur fonctionnement. En effet, la décision, par une entreprise, de fermer ou de vendre un site industriel peut avoir des causes bien plus diverses que celles envisagées par Shaver et Flyer.

5.3. L'efficacité des décisions de localisation : L'adoption du point de vue des actionnaires

L'adoption d'une définition de la performance des comportements de localisation restreinte à l'efficience apparaît cependant d'un intérêt limité. Ainsi, pour Kalika (1988, p. 328) « la notion d'efficacité est…plus large que celle d'efficience, elle inclut cette dernière. »

Le recours à une approche de la performance en termes d'efficacité semble donc plus approprié pour juger des conséquences des choix de localisation sur les résultats des entreprises. L'adoption d'une telle approche conduit cependant à poser la difficile question de la définition des objectifs à l'aune desquels l'efficacité des décisions de localisation doit être évaluée.

En effet, de nombreuses parties prenantes internes et externes (dirigeants, salariés, actionnaires, clients, fournisseurs…) sont intéressées, de manière plus ou moins directe aux résultats de l'entreprise. Chacune de ces parties prenantes poursuit elle-même des objectifs particuliers qui sont le reflet de ses intérêts propres. Or, ces intérêts peuvent être fortement divergents. Ces divergences d'intérêt sont à l'origine de conflits potentiels entre parties prenantes.

5.3.1. Les fondements de l'objectif de création de valeur pour les actionnaires

A la suite des travaux fondateurs de Berle et Means (1932) sur l'entreprise managériale et des développements ultérieurs de la théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976), l'attention de la littérature s'est concentrée sur les conflits pouvant exister entre les actionnaires, propriétaires de l'entreprise, et les managers qui dirigent effectivement celles-ci, dans les cas où ces deux fonctions sont exercées par des personnes distinctes.

Cet intérêt pour les conflits d'agence entre actionnaires propriétaires et dirigeants salariés dans les entreprises managériales a conduit à l'adoption d'une approche strictement financière de la performance privilégiant le point de vue des actionnaires. Dans cette perspective, l'objectif premier de l'entreprise est la maximisation de la richesse des actionnaires définie comme la valeur en bourse de l'ensemble des actions de l'entreprise. Sous les hypothèses d'efficience forte des marchés boursiers, de rationalité substantive et de symétrie de l'information, la richesse des actionnaires d'une entreprise correspond à la valeur actuelle de l'ensemble des dividendes qui leurs seront versés par cette entreprise dans le futur (Caby et Hirigoyen, 2001).

Ce critère de maximisation de la richesse des actionnaires se substitue en quelque sorte au critère néoclassique de maximisation du profit dont l'opérationnalisation est rendue délicate par la relativité des pratiques comptables. Dans la pratique, il présente l'avantage d'être relativement aisé à mesurer en raison de la facilité d'accès aux données boursières. Des enquêtes ont en outre montré qu'il correspondait aux objectifs que se fixaient effectivement de nombreuses entreprises.

Conformément à ce point de vue, une décision prise par la direction d'une entreprise donnée est jugée performante si elle a des effets positifs significatifs sur le cours en bourse de ses actions. Les effets sur les cours boursiers de l'annonce d'une décision sont évalués empiriquement par la méthode de l'étude d'événement. Une hausse du cours des actions d'une entreprise à la suite de l'annonce d'une décision particulière signifie que les marchés financiers anticipent que cette décision se traduira par un accroissement des dividendes futurs versés par l'entreprise à ses actionnaires. A l'inverse, une baisse du cours des actions d'une entreprise à la suite de l'annonce d'une décision signifie que les marchés financiers anticipent que la décision annoncée se traduira par une diminution des dividendes versés par l'entreprise dans le futur.

5.3.2. Les évaluations empiriques de la relation entre décision de localisation et création de valeur actionnariale

L'application de la méthode de l'étude d'événement aux décisions d'investissement en capital a permis de montrer que la valeur de marché des entreprises est, en moyenne, favorablement influencée par l'annonce de ce type de décision. Dans cette perspective, quelques auteurs nord-américains ont étudié les effets des annonces de décisions de localisation sur la richesse des actionnaires des entreprises concernées. Pour ce faire, ils assimilent les décisions de localisation à des décisions d'investissement en capital (Manning et alii, 1999). Ces travaux de recherche se sont restreints aux décisions de localisation correspondant à des transferts d'activité entre sites d'une même entreprise. Ils se sont surtout intéressés aux transferts de sièges sociaux et, dans une moindre mesure, d'usines.

L'objet commun de ces recherches est de tester l'hypothèse selon laquelle les décisions de localisation étudiées ont des effets significatifs sur la richesse des actionnaires. Pour ce faire, elles posent que, en accord avec l'hypothèse d'efficience des marchés financiers, les investisseurs sont en mesure de distinguer, parmi les différentes décisions d'investissements, celles qui offrent de bonnes perspectives de profit futur aux entreprises qui les prennent des celles offrant de mauvaises perspectives.

Tableau 1.12 : Synthèse des méthodologies et des résultats obtenus par les études d'événement sur les décisions de localisation d'entreprises

	Principales caractéristiques des terrains étudiés				Principaux résultats obtenus		
	Types d'entreprises	Types de décision	Période	Source des annonces des décisions	Résultats sur l'ensemble de l'échantillon	Variables de contingence utilisées	Résultats sur les différents sous-échantillons
Chan, Gau & Wang (1995)	Entreprises cotées en bourse aux Etats-Unis (tous secteurs confondus)	447 décisions de transfert de : - sièges sociaux, - sièges de filiales ; - usines.	1978-1990	Wall Street Journal Index Dow Jones News Retrieval	Pas de rendements anormaux significatifs	***Types de sites :*** - sièges sociaux ; - usines. ***Motifs annoncés des transferts :*** - accroissement de l'activité ; - réduction des coûts ou efficience opérationnelle ; - réduction des capacités ; - concentration des activités ; - pas de motif explicite.	 Rendements anormaux positifs Rendements anormaux négatifs Rendements anormaux positifs Rendements anormaux positifs Rendements anormaux négatifs Rendements anormaux négatifs Résultats mitigés
Ghosh, Rodriguez & Sirmans (1995)	Entreprises cotées en bourse aux Etats-Unis (tous secteurs confondus)	Décisions de transfert de sièges sociaux	1966-1992	Dow Jones News retrieval Service Standard and Poor's daily Naws Report	Pas de rendements anormaux significatifs	***Motifs annoncés des transferts :*** - réduction des coûts et concentration des activités ;	 Rendements anormaux positifs

				The Washington Post The los Angeles Times The New York Times The Wall Street Journal		- préférences des dirigeants et volonté d'obtenir un nouveau bâtiment ; - accroissement/diminution des besoins d'espace ; - pas de motif explicite.	Rendements anormaux négatifs Rendements anormaux positifs/négatifs Rendements anormaux négatifs
Manning, Rodriguez & Ghosh (1999)	Entreprises cotées en bourse aux Etats-Unis (tous secteurs confondus)	Décisions de transfert de sièges sociaux	1966-1995	Wall Street Journal	Pas de rendements anormaux significatifs	***Motifs annoncés des transferts :*** - réduction des coûts; - accroissement des revenus ; - autres motifs.	Rendements anormaux positifs (à 1%) Rendements anormaux positifs (à 10%) Rendements anormaux négatifs
Tirtiroglu, Bahbra & Lel (2001)	Entreprises cotées en bourse au Canada (tous secteurs confondus)	81 décisions de transfert de : - sièges sociaux, - sièges de filiales usines	1970-1997	The Financial Post CBCA Canadian Database The Globe and Mail Canadian News		***Motifs sous-jacents des transferts :*** - diminuer le risque politique (transferts hors du Québec) ; - autres motifs (transferts hors des autres provinces canadiennes).	Rendements anormaux positifs Pas de rendements anormaux significatifs

Globalement, le tableau 1.12 montre que l'annonce, par une entreprise, d'une décision de transfert n'a pas en elle-même d'effet significatif, ni dans un sens positif, ni dans un sens négatif, sur le cours de ses actions, donc sur la richesse de ses actionnaires. Les marchés sont, en revanche, sensibles aux motifs annoncés dans la presse par les directions d'entreprises pour justifier les choix de localisation réalisés et aux informations que véhiculent ces motifs quant aux perspectives de profit futur des entreprises concernées (Chan et alii, 1995).

Le tableau 1.12 indique ainsi que les annonces de décisions de transferts justifiées par un accroissement de l'activité de l'entreprise ou par une volonté de réduire les coûts ont des effets significatifs positifs sur le cours de ses actions. En effet, les annonces de décisions de transferts associées à un besoin d'espace supplémentaire signalent au marché des perspectives de croissance pour l'entreprise et véhiculent ainsi des informations positives concernant son niveau de performance futur. D'autre part, Ghosh et alii (1995), montrent que les transferts de sièges sociaux du centre des villes américaines vers leur périphérie sont accueillis positivement par les marchés lorsque l'objectif assigné par la direction à ces décisions est l'abaissement des coûts liés à la localisation tels que les coûts immobiliers, les impôts locaux ou encore les coûts associés aux trajets domicile-travail des salariés. Ces gains en termes de coûts sont perçus par les marchés financiers comme globalement supérieurs aux coûts engendrés par l'opération de transfert en elle-même et à la perte du bénéfice des économies d'agglomération associées aux localisations centrales.

A l'inverse, le tableau 1.12 indique que les annonces de décisions de transferts justifiées par la réduction de l'activité ou de la capacité de production de l'entreprise ont des effets significatifs négatifs sur le cours des actions de l'entreprise. Ces effets négatifs s'expliquent par le fait que ces décisions traduisent la dégradation des perspectives de croissance de l'entreprise et signalent donc aux marchés boursiers une baisse de ses revenus futurs, donc une baisse prévisible dans les dividendes distribués aux actionnaires.

Les décisions de transferts ne faisant l'objet d'aucune justification explicite ou justifiées par des motifs tels que la volonté d'emménager dans un nouveau siège social plus luxueux ou encore par des questions de commodités (par exemple, en raison de la proximité du nouveau siège social avec le lieu de résidence des dirigeants) sont également accueillies négativement par les marchés. En effet, ceux-ci interprètent les motifs évoqués (ou l'absence de motif évoqué) comme le signe de l'existence de conflits d'agence sous-jacents entre actionnaires et dirigeants. En conséquence, les décisions de transfert correspondantes sont supposées avoir des effets négatifs sur la richesse des actionnaires (Ghosh et alii, 1995).

L'étude d'événement réalisée par Tirtiroglu et alii (2001) sur les décisions de transferts de leurs sièges sociaux par les entreprises cotées au Canada se singularise par le fait qu'elle étudie les effets sur le cours boursier non pas des motifs affichés du transfert mais d'un motif implicite. Tirtiroglu et alii (2001) étudient en effet la manière dont les marchés financiers évaluent les décisions de transfert depuis un environnement politiquement instable (la province du Québec et ses tendances séparatistes) vers des environnements présentant un niveau plus faible de risque politique (l'ensemble des autres provinces canadiennes). Or, les velléités séparatistes du Québec et leurs effets économiques constituent un sujet particulièrement sensibles au Canada. A tel point qu'elles ne sont jamais citées par les entreprises comme un motif de la décision de transférer leur siège social hors de cette province.

Afin de mettre en évidence les effets sur la valeur boursière de ce motif sous-jacent, Tirtiroglu et alii comparent les réactions des marchés boursiers aux décisions de transfert de sièges sociaux depuis le Québec avec leurs réactions aux décisions de transfert depuis d'autres provinces que le Québec. Cette méthode leur permet de contrôler l'importance du risque politique dans les décisions de transfert puisque la répartition des motifs affichés pour justifier les décisions de transferts est la même dans les deux sous-échantillons. Les résultats qu'ils obtiennent montrent que les décisions de localisation caractérisées par la volonté sous-jacente de diminuer le risque politique sont accueillies favorablement par les marchés.

5.3.3. Les limites des approches par la valeur actionnariale

De manière générale, ces études d'événements mettent donc en évidence l'existence d'une relation entre les facteurs de localisation, annoncés ou non par la direction d'une entreprise pour expliquer une décision de transfert, et les performances boursières de l'entreprise. Ces recherches empiriques sont cependant très partielles à plusieurs titres.

En, premier lieu, elles ne s'intéressent qu'aux décisions de localisation correspondant à des transferts d'activités entre sites d'une entreprise, sans pour autant, d'ailleurs, que ces transferts s'accompagnent nécessairement de la création d'un nouveau site (Chan et alii, 1995). Ces décisions de transferts sont intéressantes car elles permettent aux marchés financiers de baser leur évaluation des effets d'une décision particulière sur les profits futurs de l'entreprise qui la prend en comparant les mérites respectifs de l'ancienne et de la nouvelle localisation. Néanmoins, ce choix conduit à n'étudier les effets sur la performance des entreprises que d'une partie de ce qui est désigné, dans le cadre de cette thèse, par le vocable de décisions de localisation, négligeant ainsi celles qui correspondent à des créations de nouvelles capacités.

D’autre part, rien ne garantit que toutes les décisions de localisation prises par des entreprises cotées en bourse ne soient annoncées dans la presse économique, même en se limitant aux décisions de transferts. Nos propres recherches nous incitent à penser que cela est loin d'être le cas pour les entreprises françaises. Il se peut, en effet, que seules les décisions de localisation les plus visibles pour les acteurs extérieurs et/ou les plus symboliques, d'une part fassent l’objet d’annonces spécifiques par les directions d'entreprises et, d'autre part, retiennent l’attention de la presse économique. Cela expliquerait le fait que les études d’événement citées accordent une attention particulièrement grande aux décisions de transferts de sièges sociaux au détriment des décisions de localisation concernant d'autres types de site.

Ce mode de mesure des conséquences d'un choix de localisation sur la performance n’est applicable qu'aux décisions prises par des entreprises cotées. Cela restreint considérablement le champ d’application de la méthodologie de l'étude d'événement en la matière. A titre d'exemple, l’échantillon de Tirtiroglu et alii (2001) ne contient que 37 entreprises cotées ayant décidés de transférer leur siège social hors du Québec entre 1970 et 1997 alors qu'une étude du cabinet Dun et Bradstreet, citée par les mêmes auteurs, indique que, confrontées à l’incertitude politique qui a accompagné la montée des mouvements séparatistes dans la province francophone, plus de 500 entreprises ont transféré leur siège social de Montréal à Toronto entre 1977 et 1996. La plupart de ces entreprises étaient de petites entreprises non cotées. De ce fait, l'influence des décisions de transferts hors du Québec sur leurs performances n'a pas pu être évaluée par Tirtiroglu et alii. Le nombre des entreprises laissées hors du champ d'étude est susceptible d'être encore plus important en France où la proportion des entreprises cotées en bourse est plus faible qu'en Amérique du Nord.

Le recours à cette approche strictement financière de la performance et l’utilisation de la méthodologie de l’étude d’événement sont donc de peu d’utilité pour évaluer les résultats des choix de localisation de PME et d'entreprises familiales. Cette méthodologie est de ce fait d'un intérêt très limité dans la perspective de l'exploration empirique des conséquences en termes de performance des comportements de préférences des aires géographiques connues dans les choix de localisation d’entreprises.

Cette dernière remarque renvoie à une critique plus fondamentale adressée aux approches attribuant à l'entreprise un objectif unique en termes de maximisation de la création de valeur pour ses actionnaires. La concentration exclusive sur le point de vue des actionnaires tend en effet à favoriser les raisonnements à court terme, au détriment

d'investissements qui pourraient avoir des effets favorables sur les résultats à plus long terme des entreprises. Caby et Hirigoyen (2001) pensent ainsi qu'il est préférable de substituer à cette prééminence trop marquée des actionnaires une approche plurielle de la performance de l'entreprise prenant en compte les intérêts de parties prenantes plus diverses, en particulier ceux des salariés de l'entreprise. Une telle approche plurielle de la performance est d'autant plus pertinente dans le cas de la décision de localisation que ces dernières affectent de nombreux acteurs et groupes d'acteurs différents tant à l'intérieur qu'à l'extérieure de l'entreprise (O'Mara, 1999). Ces parties prenantes possèdent en outre des points de vue potentiellement divergents sur le bien-fondé de la décision. Un écart particulièrement important est susceptible d'exister, dans le cas de transferts d'établissements secondaires, entre les acteurs locaux et la direction de l'entreprise dont les espaces de référence diffèrent radicalement (Chanteau, 2001).

5.4. Eléments pour une approche plurielle de la performance associée aux décisions de localisation

Pour Perreur et Schärlig (1994), les entreprises, confrontées à la complexité des décisions de localisation et aux difficultés liées à l'anticipation de leurs conséquences, sont guidées par la volonté que « tout se passe bien » dans la localisation qu'elles auront choisi pour leur nouveau site. De fait, l'adoption d'une approche en termes de rationalité limitée tend à accréditer la représentation du choix d'une nouvelle localisation par une entreprise comme un processus d'apprentissage. Ainsi, seule sa mise en œuvre permet de valider ou non les critères de choix et les procédures utilisées par l'entreprise pour procéder à ce choix. Les problèmes rencontrés lors de cette mise en œuvre signalent en effet à l'entreprise les erreurs et les omissions qu'elle a pu faire au cours du processus de prise de décision. Il convient alors de déterminer le meilleur moyen d'évaluer l'étendue de ces problèmes de mise en œuvre.

Une première solution, la plus traditionnelle, consiste à recourir à des indicateurs financiers de la performance du nouveau site. Cette solution est cependant profondément inadaptée et ce pour deux raisons essentielles.

En premier lieu, Schmenner (1982) indique que, lors de leurs choix de localisation, les décideurs prennent généralement bien en compte les facteurs de localisation aisément quantifiables. En revanche, les facteurs plus qualitatifs, auxquels sont associés des coûts cachés pour l'entreprise, tels que les mouvements de personnel et de produits entre le nouveau

site et les autres composantes géographiques de l'entreprise, sont souvent ignorés ou mal évalués *a priori* par les décideurs.

En conséquence, la mesure des dysfonctionnements susceptibles de survenir lors de la mise en œuvre d'une décision de localisation ne peut se satisfaire que d'une approche multi-critères de la performance du nouveau site intégrant des indicateurs de rentabilité mais également des indicateurs de performance sociale (tel que l'absentéisme ou le taux de rotation du personnel) et des indicateurs d'efficacité organisationnelle. Les indicateurs de performance sociale expriment la satisfaction des salariés par rapport aux choix de leur entreprise. Ils permettent ainsi d'évaluer les éventuels coûts sociaux induits par le fonctionnement du nouveau site. Pour Kalika (1988), les indicateurs de l'efficacité organisationnelle d'une entreprise permettent de « discerner les difficultés organisationnelles au travers de leurs premières manifestations, avant que les effets induits par celles-ci ne soient ressentis d'un point de vue économique » (Kalika, 1988, p. 340).

D'autre part, l'adoption d'une approche multi-critères rend difficile le seul recours aux indicateurs quantitatifs de la performance. En outre, à l'échelle d'un site, unité opérationnelle de l'entreprise, il n'existe pas nécessairement d'indicateurs quantitatifs de la performance opérationnelle. Et, lorsque de tels indicateurs existent, ils relèvent généralement de logiques internes, par exemple de procédures de contrôle des coûts dans les sites industriels, qui sont susceptibles de varier sensiblement d'une entreprise à une autre. De ce fait, au-delà du problème de l'accès aux données, il est difficile de comparer les différents indicateurs retenus par les entreprises.

Il semble en conséquence plus pertinent d'évaluer la performance à cette échelle de manière qualitative en s'appuyant sur le recueil des perceptions des directions d'entreprise. Lawrence et Lörsch (1973) ont souligné la validité de cette approche de la performance en montrant qu'il existait une forte corrélation entre le niveau de performance d'une entreprise tel qu'il était perçu par ses dirigeants et le niveau de performance mis en évidence par les indicateurs quantitatifs traditionnels.

Enfin, la pertinence du choix de localisation ne se juge pas uniquement à l'aune du fonctionnement du nouveau site, une fois celui-ci entré en activité. Elle s'évalue également, en amont, au travers de la plus ou moins grande facilité avec laquelle cette mise en activité s'effectue. Schmenner (1982) remarque ainsi que la mise en conformité d'une nouvelle usine avec la réglementation, notamment la réglementation environnementale, peut être à l'origine de retards significatifs dans son entrée en activité.

Toutefois, l'aversion des décideurs pour le risque et leur préférence pour les localisations sur lesquelles ils peuvent aisément disposer d'une information abondante, spécifique et fiable peut les conduire à passer à côté d'opportunités géographiquement spécifiques de nature à leur donner un avantage plus radical sur leurs concurrents (Joffre et Koenig, 1985 ; Greve, 2000). Les comportements de préférence pour les aires géographiques connues reposent en, effet sur une appréhension à courte vue de la performance de l'entreprise et de son nouveau site. Ils peuvent, en conséquence, s'avérer négatifs pour l'entreprise sur le long terme et militer de ce fait pour une prise de risques parfois plus grande en matière de choix de localisation.

Ces assertions n'ont toutefois par été réellement validées empiriquement.

En guise de synthèse

La question des effets de la décision de localisation sur la performance de l'entreprise qui la prend ne se pose pas dans un cadre de rationalité parfaite. Toutefois, dés que l'on s'écarte de ce présupposé, l'interrogation resurgit.

L'évaluation des conséquences sur la performance d'une décision de localisation particulière apparaît cependant délicate, à la fois en raison de la multiplicité des modes possibles d'appréhension de la performance d'une entreprise et du fait des problèmes d'individualisation des effets de la décision étudiée. Des tentatives ont été mises en œuvre en ce sens. Toutefois, les mesures de la performance utilisées, qu'elles s'expriment en termes d'efficience ou d'efficacité du point de vue des actionnaires de l'entreprise, n'apparaissent pas pleinement satisfaisantes.

Les comportements de préférence des décideurs pour des aires géographiques connues sont supposés réduire, à court terme, le risque d'erreur en matière de choix de localisation et atténuer les coûts cachés que ce dernier recèle. Ils devraient donc se traduire par une minimisation des difficultés non anticipées rencontrées par les entreprises sur leurs nouveaux sites au moment de leur entrée en activité. La qualité de la solution finalement retenue doit en outre s'évaluer à l'aune de la satisfaction des diverses parties prenantes concernées, qu'elles soient internes à l'entreprise (salariés, responsables locaux) ou externes (actionnaires, partenaires commerciaux, pouvoirs publics).
Dans cette perspective, la pertinence de la décision prise devrait donc se juger, en théorie, à l'aune d'une approche multi-critères et perceptuelle de la performance qui a jusqu'à présent été très peu appliquée à la thématique des choix de nouvelles localisations.

PARTIE 2 : LA PROBLEMATIQUE ET LES CHOIX METHODOLOGIQUES DE LA RECHERCHE

Présentation de la partie

La revue de la littérature réalisée dans la partie précédente a permis de mettre en évidence diverses approches conceptuelles des décisions de localisation dont les potentialités n'ont pas été pleinement exploitées à ce jour.

La définition de la problématique de la recherche s'appuie sur les perspectives ouvertes par l'analyse pluri-disciplinaire de la littérature (chapitre 1). Elle permet ensuite la définition des choix méthodologiques qui ont présidé à la réalisation de la collecte et du traitement des données empiriques (chapitre 2).

Chapitre 1 : Définition et traduction opératoire de la problématique retenue

Présentation du chapitre

L'objectif de ce chapitre est de proposer une définition argumentée de la problématique de recherche retenue. Cette définition s'appuie sur la revue de la littérature préexistante. La problématique est en outre définie en cohérence avec notre volonté d'inscrire cette recherche dans le champ des sciences de gestion (1.1.).
La délimitation, en termes d'activités, du champ sectoriel couvert par la recherche vient compléter cette définition qui est ensuite traduite sous la forme, plus opératoire, d'un jeu de quatre questions de recherche (1.2.).

1.1. Une définition en plusieurs étapes

1.1.1. Une interrogation générale qui traverse la littérature sur le sujet

La problématique générale de la recherche a été définie à partir des principaux apports et limites des travaux existants. De ce point de vue, les enseignements de la revue pluri-disciplinaire de la littérature présentée dans la partie 1 sont nombreux.

En premier lieu, celle-ci a permis de souligner la spécificité des opérations de création, en propre, de nouveaux sites par les entreprises. Toute opération de ce type implique en effet, de la part de l'entreprise concernée, le choix conscient d'un nouveau lieu d'implantation pour ce site. L'emploi de l'expression de « décision de localisation » y prend donc tout son sens.

Or, la baisse tendancielle des coûts de transport et de communication, en diminuant le poids des contraintes liées à la distance géographique, met à la disposition des entreprises un nombre croissant de lieux d'implantation potentiellement viables parmi lesquels il n'est pas nécessairement aisé d'opérer une sélection *a priori*.

Ce contexte invite donc à se demander ce qui, dans la pratique, est à même de guider les entreprises dans leurs décisions de localisation. Le fait qu'une entreprise décide d'implanter un site dans une localisation précise plutôt que dans une autre traduit l'établissement d'un ordre de préférence entre ces localisations. La question qui se pose alors est la suivante :

Qu'est-ce qui explique qu'une entreprise préfère implanter un nouveau site dans un lieu géographique plutôt que dans un autre ?

Un tel choix implique en effet que les décideurs sont en mesure de différencier l'espace géographique. Toute la difficulté consiste à mettre à jour le ou les principes de différenciation spatiale qui guident leurs décisions de localisation.

1.1.2. Deux cadres d'analyse correspondant à des formulations différentes de l'interrogation générale

L'analyse de la littérature a permis de constater qu'il existait deux manières principales d'approcher cette question. A chacune de ces deux approches correspond une formulation distincte de l'interrogation générale présentée plus haut et qui sert de point de départ à cette thèse.

a. Un premier cadre conceptuel empreint de rationalité économique : Pourquoi là ?

Un premier cadre d'analyse, d'inspiration néoclassique, trouve son origine dans les modèles économiques traditionnels de la localisation industrielle. L'entreprise y est représentée sous les traits d'un décideur individuel doté d'une information parfaite et d'une rationalité économique substantive. Cette interprétation s'appuie en outre sur l'idée selon laquelle les caractéristiques propres à une localisation particulière sont susceptibles d'affecter de manière significative le niveau des coûts ainsi que le niveau des revenus d'une entreprise qui choisit d'y implanter un nouveau site. Dans le cadre de ces hypothèses, le décideur est en mesure de synthétiser l'ensemble de ces caractéristiques dans une fonction mathématique reliant directement le choix d'une localisation particulière au niveau de profit qui lui est associé. Ce niveau de profit est ensuite utilisé comme critère unique permettant de hiérarchiser l'ensemble des localisations alternatives possibles et de choisir la « localisation optimale » correspondant, pour l'entreprise, au niveau de profit le plus élevé ou au niveau de coût le plus faible. Ce cadre d'analyse demeure cependant très abstrait et « une analyse plus concrète trouvera mille différenciations possibles à l'espace » (Aydalot, 1985, p. 69). La

confrontation à la réalité ne saurait donc se satisfaire d'un critère unique en matière de choix de localisation, qu'il s'agisse d'un critère de profit ou d'un critère de coût. La plupart des travaux empiriques effectués par économistes et géographes sur les décisions de localisation d'entreprises cherchent en conséquence à « mettre un contenu précis derrière la recherche du profit maximum ou la minimisation des coûts de transport » (Aydalot, 1985, p. 69). Ce faisant, ils reprennent, souvent de manière implicite, l'essentiel des hypothèses comportementales caractérisant les modèles économiques théoriques de la localisation. Leur objet premier réside dans l'identification des caractéristiques des différents lieux d'implantation susceptibles d'affecter, de manière plus ou moins directe, la profitabilité du nouveau site et qui sont, à ce titre, utilisées par les entreprises comme critères de choix (en matière de décisions de localisation, on parle de facteurs de localisation). En revanche, ils ne se préoccupent guère de savoir comment ces différents facteurs sont combinés par les décideurs pour aboutir au choix final. La question générale posée plus haut est donc ramenée, dans les travaux aussi bien théoriques qu'empiriques se rattachant à cette première approche, à l'interrogation suivante :

Quels sont les facteurs de localisation qui expliquent qu'une entreprise préfère implanter un nouveau site dans un lieu géographique plutôt que dans un autre ?

En raison du recours généralisé à l'hypothèse de rationalité substantive des acteurs ainsi que, au besoin, à l'intervention des mécanismes de sélection darwiniens de la concurrence pure et parfaite, les recherches relevant de cette première approche postulent la relation entre choix de localisation et performance des entreprises plus qu'elles ne l'étudient. La décision de localisation n'y acquiert donc pas le statut de problème de gestion à part entière puisqu'il ne peut y avoir problème de gestion « que là où il y a possible imperfection dans les décisions individuelles et collectives » (Favereau, 1993, p. 6). De fait, les décisions de localisation apparaissent avant tout, dans ces recherches, comme un problème de management public. Leur objectif final est en effet, au travers de l'étude des facteurs de localisation utilisés par les décideurs, de mettre à jour les moyens les plus efficaces pour influencer les comportements de localisation des entreprises dans un sens qui soit favorable au bien collectif. De fait, il en découle essentiellement des prescriptions en matière de politiques publiques d'attraction des entreprises.

b. Le pourquoi et le comment de décisions aux conséquences ambiguës

La deuxième approche s'avère d'une portée opérationnelle potentiellement bien plus grande pour les managers. Elle part de l'idée selon laquelle l'interprétation fondée sur la rationalité économique pure sous-estime la complexité qui caractérise, dans la pratique, la prise de décision de localisation, en particulier lorsqu'elle concerne des activités de production industrielle. En premier lieu, elle néglige le fait que, lorsqu'une entreprise crée un nouveau site, elle se trouve, par définition, confrontée à un environnement local nouveau pour elle. Cette nouveauté suppose, au moment de la prise de la décision de localisation, une méconnaissance, plus ou moins grande selon les cas, des caractéristiques de cet environnement local par l'entreprise. Afin de compenser cette méconnaissance, le décideur doit s'engager dans un processus de collecte d'information sur les différentes localisations alternatives à sa disposition. Or, la collecte de cette information a nécessairement un coût. Elle n'empêchera d'ailleurs pas de prendre la décision sur la base d'une information imparfaite et incertaine. En effet, nombre de caractéristiques locales ne peuvent être appréciées qu'à l'expérience (Brossard, 1997).

Par ailleurs, les différentes enquêtes réalisées auprès des décideurs ont permis de constater que de nombreuses caractéristiques d'un lieu d'implantation donné, dont beaucoup de nature qualitative et donc subjective, sont susceptibles d'affecter plus ou moins directement la profitabilité d'un nouveau site et sont de ce fait prises en compte dans le processus de choix de localisation. Dans ces conditions, il est souvent impossible pour des décideurs dotés d'une rationalité limitée d'établir une relation mathématique claire entre le choix d'une localisation particulière et le niveau de profit ou de coûts associé (Perreur et Schärlig, 1994). Des travaux empiriques récents, effectués en management stratégique mais également en sciences économiques, suggèrent donc que ces décideurs, confrontés à l'incertitude et à l'ambiguïté de ce type de situation de décision, tendent à privilégier, dans leurs choix de localisation, les aires géographiques sur lesquelles ils peuvent aisément disposer de connaissances détaillées et spécifiques aux activités qu'ils souhaitent implanter. Ces connaissances peuvent provenir, soit de la présence locale préalable d'un ou de plusieurs sites de l'entreprise concernée, soit de la présence préalable d'entreprises de nature similaire, soit de relations personnelles qu'entretiennent les décideurs à l'échelle locale. Lorsque l'on se place du point de vue des décideurs en situation, l'espace géographique serait donc plutôt différencié par le niveau de connaissance dont ils peuvent disposer sur l'environnement local préalablement à la prise de la décision de localisation. Ce principe de différenciation de l'espace géographique en

fonction du niveau de connaissance préalable des localisations envisagées peut intervenir dans le processus de décision à deux niveaux :

- il peut jouer le rôle d'un critère de choix permettant d'établir un ordre de préférence entre ces différentes localisations ;
- mais il peut également intervenir, en amont, dans la construction de l'ensemble de considération au sein duquel l'entreprise fera son choix.

L'analyse du rôle joué par ce principe de différenciation spatiale dans les choix de localisation doit donc prendre en compte non seulement les critères de choix utilisés (réponse à la question « pourquoi là ? ») mais également la configuration du processus de décision ayant conduit à ce choix (réponse à la question « comment là ? »).

La prise en compte de la préférence, de la part des décideurs, pour des aires géographiques connues représente donc aujourd'hui une réelle opportunité d'améliorer la compréhension de ce qui, dans les faits, guide le choix de nouvelles localisations par les entreprises. La volonté d'exploiter cette opportunité constitue à la fois le point de départ et le fil directeur de cette recherche doctorale. Les principales orientations qui la structurent ont été définies en conformité avec cet objectif. En conséquence, la problématique de la recherche est la suivante :

Pourquoi et comment une entreprise choisit-elle d'implanter un nouveau site dans un lieu géographique plutôt que dans un autre ?

Cette formulation volontairement générale de la problématique de recherche permet de prendre en compte les deux approches du processus de choix de nouvelles localisations qui viennent d'être exposées. La présentation qui en a été faite pourrait inciter à opposer ces deux approches. Nous pensons au contraire qu'elles doivent être considérées comme complémentaires et que c'est précisément de leur utilisation conjointe que pourra venir une amélioration significative de la compréhension de la prise de décisions de localisation en entreprises. En effet, le fait que la préférence des décideurs pour des aires géographiques connues influe sur leurs choix ne signifie pas pour autant que ces choix soient exempts de toute rationalité économique. Il résulte plutôt de la difficulté qu'éprouvent ces décideurs à relier*, a priori*, le choix d'une localisation particulière pour un nouveau site avec une mesure de la performance économique de leur entreprise. L'objet de cette thèse n'est donc pas de tester la pertinence de deux cadres explicatifs concurrents, mais plutôt d'explorer la manière dont les deux principes de différenciation de l'espace géographique que chacun d'eux met en

avant se combinent lors du choix de nouvelles localisations par les entreprises. Cet objet est clairement exprimé par l'hypothèse centrale de la recherche présentée ci-dessous :

Hypothèse centrale de la recherche :
Les choix de nouvelles localisations par les entreprises répondent à une volonté explicite de satisfaire aux exigences de fonctionnement, techniques et économiques, des activités concernées tout en limitant les risques associés à l'implantation dans un environnement local nouveau.

1.1.3. L'adoption d'un point de vue gestionnaire sur les décisions de localisation

Prétendre que les décisions de localisation constituent un objet de recherche novateur serait particulièrement abusif. Cette catégorie de décisions d'entreprises a en effet retenu l'attention de différents champs disciplinaires et suscité de nombreux travaux de recherche en sciences économiques, en géographie ou en sociologie, voire en histoire. La présente recherche doctorale se distingue toutefois de la plupart de ces travaux puisqu'elle entend analyser ces décisions sous l'angle de la gestion des entreprises. Afin de bien cerner les implications d'un tel positionnement, il est nécessaire de définir ce qui fait la spécificité de cet angle d'approche par rapport à celui de l'économiste, du géographe ou du sociologue.

Pour Cohen (1989), les différentes disciplines cognitives ne se définissent pas tant par la nature des objets réels qu'elles étudient mais plutôt par la manière dont elles abordent et conceptualisent ces objets réels.

Les sciences de gestion, en tant que champ de production de connaissances, se singularisent par la mise en perspective de la réalité du point de vue des organisations ou, pour ce qui nous intéresse, du point de vue des entreprises, appréhendées comme des entités sociales dotées d'autonomie et de cohérence, et des acteurs qui les animent. Les connaissances produites en sciences de gestion ont donc vocation à contribuer à la compréhension et, *in fine*, à la résolution « des problèmes rencontrées par les entreprises…et autres organisations » (Cohen, 1989, p. 1177). Explication et action sont donc indissolublement liées dans la recherche en gestion. Cela ne signifie pas pour autant que toute recherche menée dans ce domaine se doive de produire des outils ou des méthodes permettant un meilleur pilotage des organisations. Des recherches positives sont parfois nécessaires, mais elles doivent nécessairement participer à la vocation propositionnelle de la discipline. Cette recherche s'inscrit tout à fait dans cette perpective en apportant un éclairage nouveau, du moins le croyons-nous, sur la manière dont les entreprises procèdent concrètement au choix de nouvelles localisations. Dans le détail, l'exposé des questions de recherche proposé plus loin permettra de constater que ce projet n'est pas exempt d'implications normatives.

Une meilleure compréhension des problèmes rencontrés par les entreprises et de la manière dont elles y font face peut ainsi donner aux acteurs des moyens accrus pour agir de manière plus efficace dans le cadre des contraintes et objectifs qui s'imposent à eux (Martinet, 1990a).

1.1.4. La délimitation du champ d'analyse : Un élément constitutif de la problématique

La volonté des modèles économiques théoriques de mettre à jour des lois générales expliquant les choix de localisation des entreprises (Polèse, 1994) se heurte à l'extrême diversité des logiques gouvernant ces choix dans la pratique, à tel point qu'il est possible de considérer chacun d'entre eux comme un cas particulier (Bailly et Béguin, 1993). Sans aller jusque là, force est de reconnaître que la problématique générale posée plus haut n'appelle pas de réponse universelle. Au contraire, elle doit nécessairement être traitée de manière contingente par rapport aux situations de décision étudiées. La nature des activités concernées par la décision de localisation est unanimement reconnue comme étant la variable de contingence primordiale en la matière. De manière intuitive, il semble logique de considérer que le lieu d'implantation d'un nouveau site est toujours choisi en relation avec les besoins spécifiques aux activités qu'il accueille. La reconnaissance unanime de l'importance de cette variable de contingence est signalée par son utilisation systématique pour la délimitation du champ d'analyse couvert par les recherches s'intéressant à cette thématique. Une telle délimitation permet de réduire *a priori* la diversité des logiques économiques sous-jacentes aux décisions de localisation étudiées. Elle assure ainsi une restitution satisfaisante de ces logiques économiques dans les résultats empiriques.

La définition de la problématique de la présente recherche ne saurait donc être considérée comme complète sans une délimitation de son champ d'analyse en termes d'activités.

La volonté d'améliorer l'état actuel des connaissances scientifiques a constitué le principe directeur de cette délimitation. Dans cette perspective, il s'agit non seulement d'évaluer, au moyen d'une approche méthodologique différente, la portée des résultats obtenus par les travaux empiriques existants, mais aussi de compléter ces résultats en élargissant le champ de l'analyse.

Ce champ inclut donc les décisions de localisation de nouvelles usines à l'international pour lesquelles les résultats empiriques signalant la présence de comportements de préférence pour les localisations connues sont les plus discutables. Se concentrer sur les seules décisions

de localisation de nouvelles usines à l'échelle internationale apparaît cependant bien éloigné d'un point de vue gestionnaire sur les problématiques de choix de localisation.

De fait, réduire le fait industriel aux seules activités de production de biens apparaît pour le moins réducteur. Les entreprises industrielles accueillent en leur sein nombre d'autres activités liées de manière plus ou moins directe à la production de biens physiques (activités de direction, de logistique, de conception, commerciales…). Ces différentes activités obéissent à des logiques spatiales qui leurs sont propres et qui viennent souvent interférer avec les logiques spatiales des activités de production industrielle. Certaines usines comportent en effet, outre leur activité de production de biens, des activités de direction, de recherche et développement (notamment dans les secteurs industriels de haute technologie, Malecki et Bradbury, 1992) ou des activités commerciales. Vouloir isoler les comportements de localisation des activités de production industrielle semble donc quelque peu artificiel dans le principe et délicat dans la pratique.

D'autre part, les décisions de localisation de nouvelles usines à l'échelle internationale ne représentent qu'une faible proportion des décisions de localisation des entreprises industrielles. La direction d'une même entreprise industrielle peut ainsi être amenée à choisir de nouveaux lieux d'implantation pour des usines, mais également pour des agences commerciales, pour des centres de recherche et développement ou encore pour des centres logistiques, et ce à la fois dans son pays d'origine et à l'étranger.

Or, pour toutes ces activités, à l'exception peut-être des activités logistiques, il existe un contraste apparent entre, d'un côté, une relative liberté *a priori* en matière de localisation et, de l'autre côté, une tendance persistante, dans les faits, à l'agglomération spatiale, signalant ainsi la présence potentielle de comportements de préférence pour les localisations connues. Le champ étudié a donc été élargi à l'ensemble des décisions de localisation des entreprises industrielles, à l'exception toutefois de celles concernant les sièges sociaux, dans lesquelles les logiques de commodité personnelle des dirigeants sont susceptibles d'interférer significativement avec les logiques d'entreprises.

Les décisions de localisation des entreprises dont l'activité principale est la réalisation de logiciels[33] ont également été incluses dans le champ de l'étude. En effet, les lignes de partage tracées, au niveau sectoriel, entre les industries manufacturières et les services apparaissent tout aussi arbitraires que celles établies, au sein même des entreprises

[33] Au sens de la nomenclature NAF de l'INSEE.

industrielles, entre les activités de production de biens proprement dites et les autres activités, relevant plus des services.

Ainsi, bien que l'édition de logiciels soit usuellement considérée, dans les nomenclatures officielles, comme une activité de services aux entreprises[34], le logiciel informatique s'apparente, à bien des égards, aux biens matériels, produits de l'activité industrielle (Dréan, 1996). D'un point de vue strictement spatial, les faits démontrent que les entreprises du secteur de l'édition de logiciels se trouvent soumises à un dualisme entre plasticité *a priori* des choix de localisation et prégnance des phénomènes d'agglomération spatiale similaire à celui prévalant pour les activités industrielles (Zaheer et Manrakhan, 2001). Ce dualisme indique que des comportements de préférence pour les localisations connues peuvent également être à l'œuvre dans les décisions de localisation des entreprises de ce secteur d'activité.

La délimitation du champ couvert par la recherche autorise maintenant une formulation complète et définitive de la problématique générale :

Pourquoi et comment les entreprises des secteurs de l'industrie manufacturière et de l'édition de logiciels choisissent-elles le lieu d'implantation de leurs nouveaux sites ?

[34] Ainsi, au sein de la nomenclature NAF de l'INSEE, l'activité de « réalisation de logiciels » est classée dans la subdivision « Immobilier, location et services aux entreprises ».

1.2. La traduction opératoire de la problématique de recherche en un système de quatre questions de recherche

La problématique générale de la recherche, telle qu'elle a été exposée ci-dessus, demeure cependant trop large pour donner lieu à une évaluation empirique. Pour ce faire, elle doit, au préalable, être traduite sous la forme d'un ensemble de questions de recherche qui en sont « une expression plus précise et opératoire » (Allard-Poesi et Maréchal, 2003).

L'objectif de cette recherche est donc d'apporter des éléments de réponse aux quatre questions suivantes :

Question de recherche N°1 : *Quels grands types de décision de localisation est-il possible de dégager sur la base des critères de choix (ou facteurs de localisation) utilisés par les décideurs ?*

Cette question de recherche apparaît à première vue plutôt traditionnelle. Elle s'inscrit en effet dans la lignée de la plupart des recherches réalisées sur ce thème en sciences économiques et en géographie qui se donnent pour objectif l'identification des facteurs déterminants des choix de nouvelles localisations. On ne cherchera toutefois pas à étudier individuellement le rôle des facteurs de localisation pris en considération par les décideurs mais plutôt la manière dont ces derniers combinent les différents critères qu'ils utilisent pour aboutir au choix final. Dans cette perspective, l'adoption d'une approche taxinomique est rendue nécessaire par la diversité du champ couvert par l'analyse. Au travers de cette démarche, il s'agit plus d'identifier des similarités que des divergences tant les lignes de partage proposées par la littérature parmi les logiques de choix de localisation au sein du champ étudié sont nombreuses.

Question de recherche N°2 : *Quel rôle jouent les trois comportements de préférence pour les aires géographiques connues (inertie, imitation, utilisation par les dirigeants de leurs réseaux sociaux) mis en évidence à partir de la revue de la littérature dans les différents types de décision de localisation précédemment identifiés ?*

La deuxième question de recherche renvoie directement à l'hypothèse centrale de la thèse. On suppose en effet que, lorsqu'une préférence pour des aires géographiques connues apparaît au travers des critères utilisés pour choisir la nouvelle localisation, elle se superpose à des logiques de choix de nature économique. Il s'agit alors de mettre à jour la manière dont ces deux types de logique sont associés par les acteurs lors de la prise de décision.

Question de recherche N°3 : *Comment expliquer les variations dans l'importance du rôle des différents comportements de préférence pour les aires géographiques connues d'un type de décision de localisation à un autre ? Ces variations découlent-elles principalement des caractéristiques des situations de décision rencontrées et des entreprises concernées ? Ou bien sont-elles le reflet de la configuration du processus de prise de décision ?*

Il s'agit ici d'explorer les causes des comportements de préférence pour des aires géographiques connues. Les recherches antérieures posent, de manière plus ou moins explicite, que l'intensité de ces comportements est proportionnelle au niveau de risque associé, pour une entreprise particulière, à une situation de décision bien spécifique. Les difficultés propres à l'internationalisation permettent ainsi de supposer qu'une entreprise affichera une préférence plus marquée pour des aires géographiques connues lors de l'implantation d'une première unité de production à l'étranger qu'à l'occasion d'une décision de localisation dans son pays d'origine (Johanson et Vahlne, 1977). Les décisions de localisation sont toutefois des décisions peu structurées aux conséquences ambiguës sur les performances et le fonctionnement de l'entreprise. Dans ces conditions, la configuration du processus de décision est susceptible d'influencer significativement la nature de la solution retenue. Des acteurs internes de natures diverses, dotés de représentations spatiales qui leur sont propres, peuvent ainsi intervenir dans la prise de décision et tenter de faire valoir leur point de vue « égocentré » (Chanteau, 2001). L'entreprise peut elle-même être soumise, lors de son choix, à des pressions et des tentatives d'influence de la part d'acteurs de son environnement, les plus évidentes provenant des collectivités territoriales.

Question de recherche N°4 : *D'un point de vue plus normatif, le recours, par les décideurs, à des comportements de préférence pour des aires géographiques connues leur permet-il d'atténuer les éventuelles difficultés liées à la mise en œuvre de la décision de localisation, à la fois avant l'entrée en service du nouveau site et dans les premiers temps de son fonctionnement ?*

La quatrième et dernière question de recherche vise à étudier les conséquences à court terme des décisions de localisation. Bien que les difficultés étudiées concernent l'échelon local et opérationnel, elles peuvent, dans certaines circonstances, prendre une ampleur telle qu'elles affectent le fonctionnement et la performance de l'entreprise dans son ensemble. L'hypothèse sous-jacente à cette question de recherche est que le choix, par les décideurs, d'aires géographiques sur lesquelles ils disposent, d'une manière ou d'une autre, de connaissances préalables, permet à l'entreprise de minimiser les difficultés liées à l'implantation d'une partie de ses activités dans un environnement local nouveau. Cela ne

suppose pas pour autant qu'il existe des comportements de localisation plus efficaces que d'autres dans l'absolu. L'approche est encore une fois contingente et dépend de la nature des situations de décision étudiées et des entreprises concernées.

En guise de synthèse

La problématique retenue porte sur la manière dont les entreprises des secteurs industriels et de réalisation de logiciels construisent, dans le cadre de leurs décisions de localisation, le lien entre performance et choix d'une localisation particulière. Dans cette perspective, les questionnements sur le pourquoi et le comment de la décision apparaissent indissolublement liés.

L'hypothèse posée est que les comportements de choix de nouvelles localisations par les entreprises traduisent à la fois la prise en compte, par les décideurs, des contraintes techniques et économiques qui pèsent sur ces choix et leur volonté explicite de limiter, au travers de comportements de préférence pour des aires géographiques connues, les risques associés à l'implantation d'activités dans un environnement local nouveau.

L'évaluation de la pertinence de cette approche suppose de s'interroger à la fois sur les critères et les motivations explicites de la décision de localisation et sur les caractéristiques du processus décisionnel dont elle est l'aboutissement. A ces interrogations est adjoint un prolongement normatif portant sur la relation entre les procédures de choix utilisées et le niveau de la performance locale à court terme.

Chapitre 2 : Les choix méthodologiques

Présentation du chapitre

Ce chapitre expose les principaux choix méthodologiques qui ont guidé la collecte et le traitement des données empiriques. Ces choix ont été effectués en relation avec les questions de recherche posées dans la partie précédente et dans une perspective de cohérence interne de la démarche de recherche.

Les raisons du choix d'un protocole associant une démarche d'exploration et une collecte de données empiriques au moyen d'une enquête par questionnaire sont d'abord explicitées. La population de décisions étudiées est ensuite délimitée de manière précise (2.1.).
La section 2.2. présente le contenu et la forme du questionnaire puis les différents éléments de réalisation de l'enquête (procédure d'échantillonnage, administration effective) ainsi que les techniques statistiques mobilisées pour analyser les données recueillies.
Enfin, les limites de la démarche de recherche adoptée sont passées en revue et les dispositifs mis en œuvre pour les contrer sont évoqués (2.3.).

Dans ce chapitre se trouvent exposés les différents éléments du protocole de recherche (également qualifié de design, de démarche ou d'architecture de la recherche, Royer et Zarlowski, 2003) ainsi que les principales étapes de la mise en œuvre de ce protocole de recherche.

Le protocole de recherche présenté ici a été élaboré de manière à assurer d'une part une cohérence interne entre ses différentes composantes et, d'autre part, une cohérence entre les choix méthodologiques effectués et les objectifs de la recherche. Cette double exigence de cohérence est toutefois tempérée par des contraintes d'ordre pratique (Grawitz, 2001). La délimitation des terrains étudiés et la définition du mode d'accès à ces terrains doivent ainsi être compatibles avec les moyens (temps, ressources financières) disponibles dans le cadre d'une recherche doctorale. Elles doivent également prendre en compte l'existence de certains obstacles prévisibles (difficultés administratives, disponibilités des données recherchées, problèmes de confidentialité…).

Comme toute solution de compromis, la démarche méthodologique finalement adoptée comporte ses limites propres. A cela s'ajoutent les difficultés rencontrées au cours de la collecte des données empiriques. La présentation explicite de ces limites et de ces difficultés, ainsi que des mesures prises pour y faire face, constitue une condition indispensable à l'inscription de la recherche dans une logique d'accumulation de connaissances et représente, à ce titre, le complément essentiel à la présentation du design de la recherche.

2.1.Le choix de la population étudiée et du mode de recueil des données

2.1.1. Le recueil des données empiriques au moyen d'une enquête par questionnaire

a. L'adoption d'une démarche exploratoire et la question du choix d'un mode de recueil des données

Le tracé d'une frontière nette entre approche inductive et approche déductive constitue un exercice quelque peu artificiel. En effet, la plupart des recherches en sciences de gestion associent, dans des proportions variables, induction et déduction.

Le choix d'une dominante déductive ou inductive dépend de l'état d'avancement des connaissances sur l'objet réel étudié et de l'objectif assigné à la recherche (Evrard et alii, 2000). De ce point de vue, les décisions de localisation ont déjà fait l'objet de nombreux travaux de recherche. Toutefois, une proportion relativement faible de ces travaux a abordé ces problèmes de décision en adoptant le point de vue des entreprises. Sous cet angle, les connaissances demeurent encore aujourd'hui très lacunaires. En conséquence, l'objectif de cette recherche doctorale est d'améliorer, à partir de l'observation du réel, la compréhension de la manière dont les entreprises appréhendent les choix de nouvelles localisations et d'explorer les conditions d'émergence des solutions qu'elles retiennent finalement. Il s'agit donc d'étudier des situations concrètes puis de tirer de cette étude des enseignements d'application plus générale. En ce sens, la démarche adoptée dans le cadre de cette thèse peut être qualifiée d'exploratoire et d'inductive. Encore faut-il préciser le sens précis que l'on entend donner à ces deux termes.

Pour Charreire et Durieux (2003), l'exploration est « la démarche par laquelle le chercheur a pour objectif la proposition de résultats théoriques novateurs…[en créant] de nouvelles articulations théoriques entre des concepts et/ou [en intégrant] de nouveaux concepts dans un champ théorique donné » (p. 57-59).

L'exploration fait appel à des démarches de type inductif (Evrard et alii, 2000). Dans le cadre d'une démarche inductive, le chercheur infère des propositions d'application générale à partir de l'observation d'un nombre limité de cas concrets.

De manière plus précise, Charreire et Durrieux (2003) distinguent trois principales voies d'exploration possibles :

- l'exploration théorique : Elle consiste à articuler des concepts et des corpus théoriques qui n'étaient pas liés auparavant afin d'apporter un éclairage nouveau sur les phénomènes étudiés ;
- l'exploration empirique : Elle consiste à étudier des objets réels en faisant totalement abstraction des connaissances antérieures les concernant. Elle est bien adaptée à l'étude de phénomènes inconnus ou méconnus mais paraît en revanche bien utopique dans les autres cas, le chercheur étant nécessairement influencé par les connaissances qu'il a accumulées et qui structurent son appréhension du réel. De fait, cette voie n'est pratiquement pas empruntée en sciences de gestion ;
- l'exploration hybride : Dans ce dernier cas, il s'agit d'enrichir et d'approfondir les connaissances existantes. Dans cette perspective, les apports des travaux antérieurs et les résultats empiriques obtenus sont intégrés afin de produire des connaissances nouvelles « enracinées » (Glaeser et Strauss, 1967) dans la réalité observée.

C'est cette dernière voie qui a été suivie dans la présente recherche doctorale. L'objet de la recherche est en effet d'améliorer, à partir de l'étude de la réalité empirique, la compréhension des déterminants et des processus de choix de nouvelles localisations par les entreprises.

Une démarche d'exploration hybride conduit à procéder par allers-retours entre la réflexion théorique et l'analyse des données empiriques recueillies. Elle nécessite ainsi la réalisation d'une analyse préalable de la littérature existant sur l'objet réel de la recherche (voir partie 1). Dans un deuxième temps, la littérature, les théories et concepts qu'elle propose, sont à nouveau mobilisés pour l'interprétation des données collectées. Ce *modus operandi* permet de dépasser la simple description des phénomènes observés afin de produire des explications d'ordre plus général et des recommandations opérationnelles à destination des praticiens.

Les connaissances nouvelles produites par une démarche d'exploration hybride n'ont cependant pas réellement le statut d'hypothèses testables mais plutôt celui de conjectures qu'il convient ensuite de conforter dans des contextes empiriques différents. Pour que ce processus d'accumulation de connaissances puisse se dérouler effectivement, il est indispensable que le chercheur adoptant cette démarche explicite et justifie les choix méthodologiques qu'il a opéré. Tel est l'objet de ce chapitre.

Même si elle s'accompagne souvent de la mise en œuvre de méthodes qualitatives de collecte des données, l'adoption d'une démarche d'exploration par induction ne présuppose en rien le choix d'un dispositif méthodologique plutôt qu'un autre. La pertinence du choix d'une démarche méthodologique particulière se juge avant tout par sa cohérence avec les autres éléments constitutifs de la recherche. Les développements qui vont suivre présentent les principaux choix méthodologiques de ce travail doctoral et les arbitrages dont ils sont le résultat.

b. La méthode de l'enquête par questionnaire privilégiée

Les recherches empiriques effectuées récemment sur le rôle de la préférence des décideurs pour des aires géographiques connues dans les choix de nouvelles localisations ont en commun le recours exclusif à des données secondaires (voir notamment Baum et alii, 2000 ; Greve, 2000 ; Belderbos et Carree, 2000 ; Guillen, 2002). Les auteurs de ces recherches en sont, de ce fait, réduits aux inférences quant aux motivations réelles des choix de localisation observés et quant au déroulement effectif du processus de prise de décision au sein des entreprises. De fait, pour Greve (2000), les résultats qu'il obtient doivent être renforcés par le recours à des méthodologies différentes.

De ce point de vue, il nous semble qu'une évaluation de l'importance des comportements de préférence pour des localisations connues et de leur influence sur les décisions d'implantation nécessite le recueil des perceptions des décideurs. Ce recueil ne peut se faire qu'en s'adressant directement aux acteurs de la décision au travers de l'utilisation d'instruments de recueil des données *ad hoc.* Deux possibilités s'offrent alors :

La première possibilité consiste à réaliser des monographies détaillées afin de recueillir une information riche et de nature qualitative sur quelques décisions de localisation étudiées en profondeur. Se pose alors le problème de la sélection des décisions étudiées. Ce problème est particulièrement aigu ici en raison de l'extrême hétérogénéité, à maintes reprises soulignée par la littérature, des situations de décision de localisation. La manière dont les cas étudiés auront été choisis est donc susceptible d'affecter grandement les possibilités de généralisation des résultats obtenus.

Sachant que l'objectif de cette recherche est de compléter les travaux existants à partir de l'étude de situations empiriques, il n'est pas souhaitable de sélectionner ces cas par convenance et encore moins de manière aléatoire. Au contraire, cette sélection doit s'effectuer de manière raisonnée. Afin de couvrir au mieux le champ d'analyse, il est préférable que les

situations sélectionnées représentent des cas polaires au regard des phénomènes étudiés (Eisenhardt, 1989). Cependant, la littérature sur le sujet est, à l'heure actuelle, trop lacunaire pour autoriser la réalisation *a priori* d'une telle sélection.

La deuxième possibilité, qui a été choisie dans le cadre de cette thèse, consiste à collecter l'information au moyen d'une enquête par questionnaire. Cette méthode permet en effet de procéder à une collecte de données standardisées auprès d'un grand nombre d'entreprises. Bien que l'adoption d'une démarche d'exploration s'accompagne généralement de la mise en œuvre de méthodes de recueil de données qualitatives, elle n'exclut en rien le recours à l'enquête par questionnaire. Ce type d'enquête peut ainsi être utilisé, dans une perspective exploratoire, afin de dégager des grands types de comportements d'entreprises (voir Evrard et alii, 2000, p. 60, pour un exemple). L'enquête par questionnaire est en outre un outil fréquemment utilisé dans le cadre des recherches empiriques sur les facteurs déterminants des choix de localisation d'entreprises (Barkley et McNamara, 1994). Les nombreux travaux empiriques recourant à cette méthode peuvent ainsi être mobilisés pour aider à la conception de l'enquête et de l'instrument de recueil des données, mais également à des fins de comparaison des résultats obtenus.

c. L'administration du questionnaire par voie postale

Parmi les différents modes possibles d'administration du questionnaire, nous avons opté pour l'enquête par voie postale. Il s'agit en effet du mode d'administration le moins coûteux, surtout lorsque, comme c'est le cas ici (voir plus loin) la population des entreprises interrogées est très dispersée géographiquement. Cependant, le taux de non-réponse aux enquêtes postales est souvent très élevé, plus élevé en tout cas que pour les autres modes d'administration. Cela s'explique en grande partie par l'absence de relation directe entre enquêteur et enquêté, peu propice à la motivation de ce dernier.

Pour la conception de notre enquête par questionnaire, nous avons donc pris un certain nombre de précautions visant à obtenir le taux de réponse le meilleur possible. Nous nous sommes appuyés en cela sur les conseils prodigués par tous les ouvrages de méthodologie, sur les enseignements des enquêtes par questionnaire réalisées antérieurement sur le même objet réel et sur le simple bon sens. Les précautions prises dans ce domaine seront détaillées au fur et à mesure, en relation avec la phase de conception de l'enquête à laquelle elles ont trait.

d. Le refus de tout parrainage autre qu'universitaire

S'agissant des décisions de localisation, il est indéniable que les auteurs ayant recouru au parrainage ont obtenu des taux de réponse remarquablement élevés. Love et Crompton (1999), dont l'enquête a été parrainée par l'agence de développement économique de l'état américain du Colorado (*Colorado Office of Business Development*) obtiennent ainsi un taux de retour fort respectable de 46%, celui-ci s'élevant même jusqu'à 67% lorsque les répondants avaient été préalablement contactés par téléphone.

L'obtention d'un parrainage nécessite d'identifier au préalable les organismes les plus susceptibles d'être intéressés par les résultats de la recherche et qui seraient de ce fait à même d'accepter de la parrainer. Dans ce domaine, ce sont les organisations étatiques, tels que la DATAR, les collectivités territoriales ou les agences locales de développement économique qui attachent le plus de valeur à la compréhension des choix de nouvelles localisations par les entreprises. Or, un tel parrainage n'est pas sans conséquences sur les résultats obtenus. Le processus de collecte des données doit en effet être conçu de manière à concilier les exigences strictement académiques et les attentes du parrain, ce qui peut conduire à un infléchissement considérable par rapport aux objectifs initialement assignés à la recherche. Le chercheur risque surtout d'apparaître, aux yeux des destinataires du questionnaire, comme le représentant de l'organisme parrain (Grawitz, 2001). Dans ces conditions, un parrainage public ou parapublic est de nature à biaiser dans des proportions importantes la composition de l'échantillon, les entreprises ayant eu recours ou souhaitant avoir recours aux services de l'organisme qui parraine l'enquête étant naturellement plus enclines à y participer. L'espoir d'influencer, par leurs réponses, les politiques publiques peut également altérer la sincérité des répondants.

En conséquence, l'enquête par questionnaire a été réalisée sous le seul patronage de notre laboratoire de rattachement. Ce patronage était en effet, à notre sens, le mieux à même de garantir l'indépendance de l'enquête et de gagner la confiance des répondants potentiels quant à l'utilisation qui serait faite des données collectées.

2.1.2. L'inscription du travail doctoral dans un programme de recherche plus large

Le choix, dans le cadre de cette thèse, de l'enquête par questionnaire comme mode dominant de collecte de données empiriques ne revient cependant pas à exclure de manière définitive le recours à d'autres modes plus qualitatifs de recueil de données, bien au contraire. Il s'agit plutôt du choix d'une relation d'ordre particulière dans l'utilisation de ces différents instruments.

Nous avons pleinement conscience des limites de l'enquête par questionnaire pour la compréhension de processus décisionnels aussi complexes que ceux présidant aux choix de nouvelles localisations. De fait, afin de mieux saisir les subtilités et les multiples facettes des décisions étudiées, des informations complémentaires plus riches et détaillées ont été recueillies auprès d'une partie des répondants à l'enquête, par téléphone et lors d'entretiens en face-à-face. Le produit de ces entretiens n'est pas présenté en tant que tel dans ce document. A l'image de ce qu'a fait Guillen (2002), il a été directement utilisé pour affiner et enrichir l'interprétation des résultats des traitements statistiques réalisés sur les données d'enquête.

La présente recherche doctorale ne doit toutefois pas être envisagée comme un tout complet et définitif. Elle doit plutôt être considérée comme la première phase d'un programme de recherche plus large. Il est ainsi prévu, dans une phase ultérieure, de compléter et de renforcer les apports de la thèse par la réalisation d'études de cas approfondies d'un nombre plus réduit de décisions de localisation. La sélection des cas étudiés pourra alors être réalisée de manière raisonnée : Il sera ainsi possible, dans une logique de saturation (Eisenhardt, 1989), de sélectionner des décisions de localisation appartenant à chacune des grandes catégories identifiées à partir des résultats de l'enquête par questionnaire. Dans ce cadre, le recours à la triangulation entre méthodes de collecte de données (entretiens, observation, consultation de documents internes aux entreprises), mais surtout entre sources de données, notamment grâce à la réalisation d'entretiens avec les différentes parties prenantes à la décision de localisation (Jick, 1979) est de nature à enrichir considérablement la compréhension de ces décisions et des mécanismes qui les gouvernent par rapport aux informations standardisées fournies par le questionnaire.

L'ordre d'utilisation des méthodes pour lequel nous avons opté peut paraître quelque peu inhabituel au chercheur en sciences de gestion plus familiarisé avec le paradigme de Churchill, popularisé par les spécialistes en marketing (Igalens et Roussel, 1998). Cette démarche méthodologique, employée pour la construction d'échelles multiples, préconise l'utilisation des entretiens dans la phase exploratoire, afin de générer la liste d'items qui composera l'échelle multiple. Le recours à l'enquête par questionnaire plus large ne survient que dans un deuxième temps, lors de la phase de purification de la liste d'items issue des entretiens exploratoires, puis lors de la phase de validation sur de nouvelles données de l'échelle ainsi construite (Evrard et alii, 2000).

A l'inverse de ce que préconise le paradigme de Churchill, le recours à l'enquête par questionnaire dans un premier temps nous est cependant apparu plus approprié pour répondre aux questions de recherche posées. Outre les raisons avancées plus haut (voir b.), ce choix s'explique par le fait que cette thèse, et le programme de recherche plus large dans lequel elle s'insère, n'a pas pour objet le développement d'échelles multi-items, ce à quoi le paradigme de Churchill est plus spécifiquement destiné (Igalens et Roussel, 1998). Il s'agit plutôt d'explorer les multiples facettes d'un objet réel bien peu étudié en tant que tel par les sciences de gestion. L'objectif visé est d'appofondir la compréhension des mécanismes et des enjeux de la décision de localisation dans une perspective d'amélioration des pratiques d'entreprises.

Il serait malgré tout possible d'arguer que la méthode de l'étude de cas apporte une compréhension plus approfondie d'objets réels peu étudiés et, de ce fait, mal appréhendés. Elle constituerait, de ce fait, un préalable indispensable à la conception d'un questionnaire pertinent et valide.

Cependant, si les décisions de localisation peuvent être considérées comme un champ relativement nouveau pour les sciences de gestion, elles ont fait l'objet de nombreux travaux dans d'autres champs disciplinaires. La construction du questionnaire peut donc s'appuyer sur les recherches précédemment réalisées sur ce thème dans ces différentes disciplines. Tel était précisément l'objet de la revue pluri-disciplinaire de la littérature présentée en première partie.

Afin d'améliorer la conception de l'enquête par questionnaire, nous nous sommes également appuyés sur les entretiens semi-directifs que nous avons réalisés dans le cadre d'un mémoire majeur de DEA (Sergot, 1999), ainsi que, au cours de cette thèse, lors de la phase de pré-test du questionnaire d'enquête (voir plus loin, la section 2.2.1. de cette partie).

2.1.3. Délimitation de la population étudiée

a. L'étude des décisions de localisation des entreprises françaises

La plupart des recherches existantes abordent les décisions de localisation d'entreprises dans la perspective de produire des prescriptions à destination des collectivités territoriales ou de leurs émanations (agences de développement économique) en matière de politique d'attraction territoriale des entreprises.

Au niveau de la délimitation de la population étudiée, l'adoption de ce point de vue se traduit généralement par l'étude d'un ensemble de décisions de localisation ayant conduit les

entreprises à s'implanter dans une aire géographique donnée (selon les cas, une région française, un état américain ou encore un pays particulier).

Plutôt que de baser la sélection des décisions de localisation étudiées sur l'aire géographique d'implantation des sites concernés, l'adoption du point de vue des managers en situation conduit à privilégier la nationalité des entreprises. La population étudiée a donc été restreinte à l'ensemble des décisions de localisation prises ou mises en œuvre, sur une période donnée (pas encore déterminée à ce point, voir plus loin, section 2.2.2.), par des entreprises de nationalité françaises et ce que le lieu d'implantation finalement choisi se situe en France ou à l'étranger.

Ce choix est en partie guidé par des considérations pratiques. Il épargne en effet les difficultés de traduction et d'adaptation du questionnaire nécessaires dans les recherches comparatives à l'international. Néanmoins, il est également le produit d'un raisonnement plus logique.

En effet, le meilleur moyen de renforcer la validité des résultats obtenus par les recherches empiriques précédemment réalisées sur l'influence des comportements de préférence pour des aires géographiques connues sur les décisions de localisation consiste à étudier des terrains similaires mais dans des contextes nationaux différents (Guillen, 2002) et à l'aide d'autres démarches méthodologiques (Greve, 2000) que celles utilisées jusqu'à présent.

La présente recherche s'inscrit tout à fait dans cette perspective puisque son champ d'analyse comprend les décisions de localisation de nouvelles usines, en France et à l'international, par les entreprises industrielles françaises évoluant dans un contexte institutionnel bien différent des entreprises industrielles d'Extrême-Orient (Corée et Japon) qui constituent le terrain de prédilection des recherches existantes.

b. La décision de localisation individuelle, unité d'analyse de la recherche

Le choix de l'unité d'analyse constitue une première étape incontournable de toute démarche méthodologique (Yin, 1988). Dans le cas présent, une incertitude demeure quant à savoir si cette unité d'analyse est constituée par une et une seule décision de localisation ou par un ensemble de décisions de localisation, par exemple l'ensemble des décisions prises par une entreprise durant une période donnée.

Choisir comme unité d'analyse un ensemble de décisions de localisation revient à présupposer qu'il existe une forme ou une autre d'unité au sein de cet ensemble. Or, c'est là un présupposé fort discutable. Les décisions de localisation auxquelles s'intéresse cette thèse ont

en effet toutes les apparences de décisions non-structurées. La plupart des entreprises industrielles ou de réalisation de logiciels sont en effet rarement confrontées à ce type de problématiques de décision et, lorsqu'elles surviennent, elles ne se posent jamais tout à fait dans les mêmes termes (Mintzberg et alii, 1976 ; Hayter, 1997).

Au sein de ce champ d'analyse[35], chaque décision de localisation est donc souvent considérée individuellement par les directions des entreprises concernées et fait l'objet d'une réflexion spécifique adaptée aux caractéristiques particulières qu'elle présente.

c. L'envoi du questionnaire en référence à des décisions de localisation bien définies

Les entreprises du champ d'analyse couvert par la recherche ne se trouvent qu'épisodiquement confrontées à des problématiques de choix de nouvelles localisations. Cette thématique ne fait donc habituellement pas partie des priorités de leurs dirigeants (Mérenne-Schoumaker, 1991). Elle ne prend une importance particulière que de manière ponctuelle, lorsque l'entreprise doit effectivement faire face à une situation de ce type. En adressant le questionnaire sans référence aucune à une décision de localisation précise, on risque donc de se heurter au désintérêt de destinataires qui ne se sentiront pas concernés, à moins qu'ils ne se soient trouvés récemment confrontés à une telle problématique de choix. A supposer qu'ils choisissent malgré tout de compléter le questionnaire, les réponses fournies risquent fort, sans référence explicite à une situation de décision bien spécifique, d'être trop générales, trop vagues, trop banales (Baumard et alii, 2003).

L'unité d'analyse de l'enquête par questionnaire doit donc nécessairement être constituée par une décision de localisation particulière. Chaque exemplaire du questionnaire portera donc sur une et une seule décision de localisation clairement spécifiée au répondant lors de la réalisation de l'enquête. Ce parti pris est destiné à intéresser et motiver les répondants potentiels et, par là même, à accroître le taux de retour du questionnaire. Il s'agit également d'obtenir des réponses plus précises et circonstanciées.

[35] Il n'en serait pas de même si le champ d'analyse comprenait des entreprises appartenant à des secteurs de services aux particuliers. Pour ces dernières entreprises, les sites à implanter présentent souvent des caractéristiques similaires (Baum et alii, 2000) et les décisions de localisation individuelles sont plus fréquemment prises dans le cadre de stratégies spatiales d'ensemble visant à couvrir au mieux un territoire donné (Cliquet et alii, 2002). Sur ces types de terrain, cela a donc plus de sens de placer l'analyse au niveau d'un ensemble de décisions de localisation plutôt que de traiter chaque décision de localisation séparément (Cliquet et Rulence, 1998).

d. Les principes de délimitation de la période d'étude

Il manque cependant, pour que la définition et de la population de décision étudiée soit complète, la délimitation de la période couverte par l'enquête. La présente recherche porte en effet sur des décisions ponctuelles donc datées. Or, le processus de prise d'une décision de localisation d'un nouveau site laisse souvent, comme pour toute décision stratégique, peu de traces écrites. Le questionnaire fait donc principalement appel à la mémoire des répondants. Il convient de ce fait d'interroger les destinataires de l'enquête en référence aux décisions les plus récentes possibles. Ceci permet de limiter les risques d'une part que les acteurs du processus de décision étudié aient quitté l'entreprise au moment de l'enquête et, d'autre part, lorsque ces acteurs sont encore présents, que la mémoire leur fasse défaut, ce qui se traduirait par l'absence de réponses de leur part ou, pire encore, par des réponses faussées (Mintzberg *et alii*, 1976). De fait, pour Fischer (1994), l'ancienneté souvent importante des décisions étudiées représente une des principales lacunes méthodologiques des enquêtes par questionnaire sur les déterminants des décisions de localisation.

Par ailleurs, il était essentiel que l'échantillon des réponses obtenues soit de taille suffisante pour garantir la significativité statistique des résultats. Or, les indications fournies par la littérature et par les chercheurs et experts auprès desquels le questionnaire a été prétesté laissaient augurer d'un taux de retour relativement modeste (entre 5 et 10% après relances). Dans ces conditions, la population enquêtée devait au minimum compter 1000 individus.

La population des décisions de localisation étudiées et, en conséquence, la population des entreprises enquêtées ont été délimitées dans le temps en fonction de ces deux principes généraux[36].

[36] La procédure de constitution de la population enquêtée est présentée en détail dans la section 2.2.2., voir plus loin.

2.2. L'instrument et le processus de collecte des données

2.2.1. Le questionnaire d'enquête[37]

La conception du questionnaire constitue l'une des phases les plus délicates de toute enquête par sondage, en particulier lorsque celle-ci est réalisée par voie postale. En effet, dans ce cas, les destinataires du questionnaire ne bénéficient pas de la présence physique d'un enquêteur qui puisse les motiver et les guider dans le remplissage du document. Confrontés à un questionnaire qu'ils jugent trop long ou trop complexe, ils risquent de se lasser et de renoncer à participer à l'enquête. Confrontés à des problèmes de compréhension de certaines questions, ils risquent d'y apporter des réponses biaisées. Le taux de retour des questionnaires envoyés ainsi que la fiabilité des réponses obtenues dépendent donc directement, dans une enquête par questionnaire administrée par voie postale, de la qualité de l'instrument de recueil des données. Aussi, une attention toute particulière a-t-elle été apportée à la construction du questionnaire d'enquête. Celle-ci a été réalisée en cohérence avec les autres étapes de la démarche générale de la recherche. Le questionnaire a ainsi été conçu de manière à récolter toutes les informations nécessaires pour répondre aux questions de recherche posées. Son élaboration s'appuie également sur les apports de l'analyse de la littérature et sur l'étude des questionnaires existants sur ce thème.

Le contenu du questionnaire est le résultat d'un arbitrage entre deux grandes contraintes :

- d'une part, il était impératif de maintenir la longueur et la complexité du document dans des limites raisonnables afin qu'un nombre suffisant de répondants potentiels acceptent de prendre le temps nécessaire pour le compléter ;
- d'autre part, les données collectées devaient permettre de restituer la complexité des situations de décision étudiées sans trop gommer la spécificités propres à chacune d'elles. Il s'agissait en effet de rendre compte dans les meilleures conditions d'un large éventail de décisions de localisation aux caractéristiques différentes prises dans des entreprises de natures variées allant de la grande entreprise multinationale de l'agro-alimentaire comptant plusieurs milliers de salariés à la PME informatique récente employant moins de 10 salariés.

[37] Voir annexe 1..

De nombreuses versions ont été nécessaires pour aboutir à un résultat satisfaisant, tant dans la forme que sur le fond. La version intermédiaire ainsi obtenue a ensuite été prétestée lors d'entretiens avec des chercheurs, des experts du monde professionnel et des praticiens disposant d'une expérience personnelle en matière de prise de décisions de localisation (Evrard et alii, 2000). Ces entretiens visaient, d'une part, à s'assurer que l'instrument de collecte des données permettait de bien saisir les différents aspects des situations de décisions étudiées (Igalens et Roussel, 1998) et, d'autre part, à vérifier que la formulation et la structure du questionnaire ne présentaient pas de problèmes majeurs, notamment de compréhension, de nature à fausser les réponses obtenues. Ce prétest a également permis d'évaluer le temps nécessaire pour compléter le document.

Suite à ces entretiens, de nouvelles modifications ont été apportées. La version finale du questionnaire obtenue à l'issue de ce processus et effectivement utilisée est fournie dans les annexes (annexe 1.2.), de même que deux exemplaires de la lettre de couverture qui l'accompagnait (annexe 1.1.). Il s'agit d'un document plus long (20 pages au total) que ce qui est usuellement recommandé pour les enquêtes par voie postale. Toutefois, il convient de noter que cette longueur résulte en partie du choix d'une présentation relativement aérée de nature à accroître la lisibilité du document, mais aussi, malheureusement, le coût de l'enquête.

Les caractéristiques de forme et de contenu de la version définitive du questionnaire reflètent des choix réfléchis qui vont être à présent explicités.

a. La forme des questions

Le choix du format des questions posées a été guidé par la double volonté de faciliter, autant que faire se pouvait, la tâche des répondants et de simplifier le codage des réponses et leur analyse statistique. La prise en compte de ces deux exigences a conduit à recourir de manière quasi-exclusive à deux grandes catégories de questions :

Des questions avec échelle de notation

Les questions avec échelle de notation ont pour objet, non pas de rendre compte de faits objectifs mais plutôt de traduire la perception que les répondants ont de ces faits. Elles présentent l'avantage d'éviter aux répondants d'avoir à effectuer de fastidieuses recherches d'informations dans la documentation de leur entreprise. Le recours à ce format de questions a donc été privilégié, dans la mesure du possible, afin de compenser la longueur du questionnaire.

L'utilisation de ce type de questions présente un autre avantage non-négligeable : Les réponses apportées sur des échelles de notation peuvent être considérées alternativement comme des variables nominales, chaque position de l'échelle constituant alors une modalité distincte de la variable nominale, ou comme des variables métriques. Dans le cadre de cette recherche, elles ont été assimilées à des variables métriques. Les variables métriques étant celles qui, parmi toutes les catégories de variables disposent du plus de propriétés mathématiques, ce choix permet d'appliquer aux données collectées un large éventail de techniques statistiques.

En vue d'éviter des retraitements préalables aux analyses statistiques, toutes les échelles de notation utilisées dans le questionnaire ont le même format. L'échelle retenue prend la forme d'une échelle de Likert à 6 positions graduées de 0 à 5.

Le format de l'échelle de Likert est sans nul doute le plus utilisé en sciences de gestion. Ce format n'est cependant pas employé, dans le cadre de cette recherche, dans une perspective conforme à sa conception initiale. En effet, les notes données par les répondants sur chacune des échelles de Likert qui leur sont proposées seront considérées individuellement et non pas aditionnées pour former des scores globaux d'attitude par rapport à des thèmes donnés (Evrard et alii, 2000).

Le choix d'un nombre de positions pair s'explique par la volonté d'éviter que les répondants refusent d'exprimer une opinion tranchée en privilégiant systématiquement la position neutre que constitue le point médian dans une échelle à nombre de positions impair (Garland, 1991 ; Evrard et alii, 2000). Par ailleurs, les 6 positions proposées permettent aux répondants d'exprimer leur opinion de manière nuancée sans pour autant tomber dans l'excés inverse d'un précision artificielle.

Ces questions avec échelles de notation étaient destinées à mesurer, suivant les cas, l'intensité d'un phénomène, l'importance accordée à différents facteurs (ou critères de choix) de localisation ou le degré de pertinence de propositions énoncées dans le questionnaire par rapport à la situation de l'entreprise répondante. Elles étaient systématiquement précédées d'une phrase précisant le sens de la question posée. La signification des deux positions extrêmes de l'échelle de notation était toujours précisée.

La question 5 de la partie 2 du questionnaire constitue une bonne illustration de ce type de question :

Question 5 : Veuillez indiquer sur l'échelle ci-dessous le degré de centralisation qui a caractérisé le processus de prise de la décision de localisation par votre entreprise :

Processus de décision centralisé et individualisé	0	1	2	3	4	5	Processus de décision décentralisé et collectif

Lorsqu'une même question s'appliquait à plusieurs phénomènes, facteurs de localisation ou propositions, elle n'a été posée qu'une seule fois et lesdits phénomènes, facteurs ou propositions ont été ensuite regroupées sous la forme d'une liste d'items. Il était clairement spécifié dans le questionnaire que le répondant devait alors noter chacun des items listés individuellement, un item « autre » à formulation libre étant généralement proposé à la fin de le liste afin que le répondant puisse la compléter si nécessaire.

La question 7 de la partie 2 du questionnaire constitue un bon exemple de ce type de présentations :

Question 7 : Veuillez indiquer l'importance du rôle que chacun des acteurs internes suivants a joué dans le choix, par votre entreprise, du lieu d'implantation du nouveau site :
N.B. : Si l'acteur proposé n'existe pas dans votre entreprise, veuillez lui attribuer la note 0.

	Aucun rôle					Rôle prépondérant
Le conseil d'administration / de surveillance	0	1	2	3	4	5
La direction générale	0	1	2	3	4	5
Les responsables de divisions, de branches et/ou de filiales	0	1	2	3	4	5
La direction de la stratégie	0	1	2	3	4	5
La direction financière	0	1	2	3	4	5
La direction des ressources humaines	0	1	2	3	4	5
La direction de la production	0	1	2	3	4	5
La direction du marketing	0	1	2	3	4	5
La direction des affaires immobilières	0	1	2	3	4	5
Le futur responsable du nouveau site	0	1	2	3	4	5
Les responsables des autres sites existants de votre entreprise	0	1	2	3	4	5
Les représentants du personnel et/ou le comité d'entreprise	0	1	2	3	4	5
Les salariés concernés par la décision de localisation	0	1	2	3	4	5
Autre, précisez :……	0	1	2	3	4	5

Des questions semi-ouvertes précodées

Les questions avec échelles de notation, qui constituaient l'essentiel du questionnaire, ont été complétées par des questions précodées (Evrard et alii, 2000) ou préformées (Grawitz, 2001). Elles prennent la forme de questions ouvertes accompagnées d'un nombre limité de réponses possibles associées à des cases à cocher parmi lesquelles le répondant devait choisir en cochant la ou, pour certaines questions, les cases correspondant à sa situation personnelle ou à celle de son entreprise. Dans nombre de cas, il existait un risque que la liste de réponses possibles proposée aux répondants soit incomplète. Une catégorie « autre » a alors été ajoutée en fin de liste afin que les répondants puissent écrire en clair les réponses non prévues initialement. Ce format de questions constitue un moyen terme entre questions fermées et questions ouvertes. C'est en ce sens que l'on peut parler de questions semi-ouvertes (Grawitz, 2001). Par rapport aux questions ouvertes, elles présentent l'avantage, lorsque les listes de réponses possibles sont bien conçues, de simplifier considérablement le codage des données recueillies.

L'emploi de ces questions semi-ouvertes précodées, auxquelles ont été adjointes quelques questions fermées, visait à récolter des données plus factuelles sur les caractéristiques des décisions de localisation étudiées, des entreprises concernées et des répondants.

La question 2 de la partie 2 illustre la présentation de cette catégorie de questions :

Question 2 : A quelle échelle géographique votre entreprise a-t-elle effectuée cette recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site ?

Cochez la case correspondant à votre situation

A l'échelle d'une agglomération urbaine ou d'une commune	❑
A l'échelle d'une région	❑
A l'échelle d'un pays	❑
A l'échelle internationale (plusieurs pays ont été envisagés)	❑
A une autre échelle géographique. Précisez :…….……..	❑

Dans les traitements statistiques ultérieurs, les réponses à ces questions doivent nécessairement être considérées comme des variables nominales. Les variables nominales possédant moins de propriétés mathématiques que les variables métriques, l'éventail des techniques statistiques qui peut leur être appliqué est plus restreint.

L'insertion d'espaces d'expression libre

Les choix de nouvelles localisations constituent des situations de décision complexes, chacune d'entre elles présentant des caractéristiques propres bien spécifiques. Il serait particulièrement présompteux de notre part d'affirmer qu'un questionnaire normalisé soit à même de restituer toute la complexité et la diversité des décisions de localisation étudiées. Certains répondants, confrontées exclusivement à des questions avec échelles de notation ou à réponses précodées, auraient donc légitimement pu se sentir frustrés dans l'expression des subtilités et des particularités de la situation de leur entreprise. Pour palier à ces éventuels sentiments de frustration, des espaces libres ont été insérés dans le questionnaire sous l'intitulé « vos commentaires éventuels » après chaque groupe homogène de questions afin de permettre aux répondants de formuler les réflexions que ces questions leurs inspiraient. En outre, un page entière a été réservée, à la fin du document, à l'expression libre de l'opinion et des commentaires des répondants sur le thème général du choix d'un lieu d'implantation pour un nouveau site.

L'utilisation, par les répondants, de ces espaces d'expression libre est en outre de nature à fournir de précieuses informations complémentaires permettant une compréhension plus fine des décisions étudiées et, par là même, une meilleure interprétation des réponses apportées.

b. Le contenu

Organisation générale du questionnaire

Un questionnaire ne peut être considéré comme une « simple liste de questions » (Evrard et alii, 2000, p. 251) mises bout à bout. L'ordre dans lequel les questions sont posées est susceptible d'influencer significativement la qualité des réponses obtenues. De manière générale, il est conseillé de construire un questionnaire selon un plan logique et cohérent. Toutefois, ce conseil général s'applique plutôt aux cas où il y a interaction directe entre l'enquêteur et les personnes interrogées (enquêtes en face-à-face, enquêtes par téléphone). Lorsque le questionnaire est administré par voie postale, comme c'est le cas ici, il n'est pas possible de contrôler l'ordre dans lequel les répondants complètent le document qui leur a été adressé. Néanmoins, afin de faciliter la tâche des répondants et, ainsi, d'améliorer le taux de retour, le questionnaire a été divisé de manière explicite en sept parties distinctes, chacune d'entre elles correspondant à un thème spécifique. Ces parties s'enchaînent dans l'ordre logique de déroulement du processus de décision de création et de localisation d'un nouveau

site. Dans certaines parties, il a été jugé utile, au vu des pré-tests, de rajouter un paragraphe introductif présentant l'objet de la partie et son articulation avec les parties précédentes.

Un questionnaire identique a été adressé à toutes les entreprises destinataires. Cependant, étant donnée la grande variété des situations de décision étudiées, il est apparu très tôt qu'une fraction de ces destinataires ne serait pas concernée par certaines parties du questionnaire. Des questions filtres ont donc été incluses de manière à aiguiller chacun des répondants vers les parties le concernant. Afin de ne pas trop nuire à la compréhension du questionnaire et à la motivation des répondants, le nombre de ces questions filtres a été réduit au minimum, puisque le questionnaire n'en compte que deux.

Présentation du contenu partie par partie

Le contenu de chacune des sept parties composant le questionnaire est présenté dans les sections suivantes dans leur ordre d'apparition dans le document adressé aux entreprises. Les intitulés employés pour désigner chaque partie sont ceux qui ont effectivement été utilisés dans la version finale du questionnaire. Les questions ont été numérotées à partir de 1 à l'intérieur de chacune des parties.

L'introduction du questionnaire

Aucune question ne figure sur la page de garde du questionnaire. Celle-ci est réservée à des précisions concernant l'objet de l'enquête et à quelques recommandations à l'adresse des répondants. Considéré dans son ensemble, le contenu de cette page de garde a un triple objectif :

- assurer le meilleur taux de retour possible. Il s'agit en particulier de lever les éventuelles réticences que l'enquête pourrait susciter chez les destinataires du questionnaire en précisant notamment le temps nécessaire pour compléter le document, évalué lors de la phase de pré-test, et en garantissant l'anonymat des répondants et de leur entreprise ;
- réduire au minimum les erreurs et les incompréhensions. En préambule, il est ainsi rappelé aux répondants que le questionnaire doit être complété en référence à une décision de localisation précise de leur entreprise, spécifiée dans la lettre de couverture accompagnant le questionnaire. Dans la même perspective, les sens donnés au terme de « site » et à l'expression de « décision de localisation » dans le cadre de l'enquête sont ensuite précisés. Ces précisions ne paraissent pas inutiles si l'on considère le flou qui entoure ces définitions tant dans les milieux académiques que dans le monde de l'entreprise (voir le chapitre 1 de la partie 1) ;

- améliorer la qualité des réponses obtenues. Les principales caractéristiques de forme du questionnaire sont ainsi présentées au répondant ainsi que des conseils pour en faire le meilleur usage.

Les caractéristiques du nouveau site

La première partie porte sur les caractéristiques du nouveau site concerné par la décision de localisation. Elle ne comporte que des questions d'ordre factuel. Son placement en début de questionnaire correspond à l'ordre logique du déroulement des processus de choix de nouvelles localisations, une entreprise définissant, même de manière grossière, les caractéristiques du nouveau site qu'elle souhaite créer avant de procéder à la recherche d'un lieu d'implantation pour ce site. Ce placement découle également d'une volonté d'introduire une certaine progressivité dans le questionnaire : Les questions composant cette première partie appellent en effet des réponses simples et peu impliquantes. Elles permettent ainsi aux répondants de pénétrer plus aisément dans le questionnaire et de se familiariser avec sa thématique avant de passer à des questions avec échelles de notations réclamant la formulation d'une opinion et pouvant nécessiter, de ce fait, une réflexion plus approfondie.

Le choix d'une nouvelle localisation par une entreprise n'est qu'une facette d'une décision plus large de création d'un nouveau site. Ce choix et la logique qui le sous-tend ne peut donc se comprendre qu'en relation avec les autres aspects de l'opération de création d'un nouveau site dans laquelle elle s'insère. L'objet de cette première partie est de restituer au mieux les principales caractéristiques des projets de création de nouveaux sites dans lesquels s'inscrivent les décisions de localisation étudiées. Dans cette perspective, l'utilisation d'un questionnaire normalisé ainsi que la volonté d'en limiter la longueur et la complexité ont imposé une sélection drastique parmi les très nombreuses caractéristiques auxquelles la littérature prête une influence sur la réflexion en matière de choix de localisation.

Au sein de cette première partie, les questions 1, 4, 7, 8 et 9 concernent les caractéristiques du nouveau site à proprement parler.

L'objet premier de la question 1, formulée comme une question ouverte, est de recouper les informations dont nous disposions dans la base de sondage sur les dates de mise en service afin d'en vérifier la pertinence (voir le déroulement de la procédure d'échantillonage, section suivante). La question 4 invite, quant à elle, les répondants à indiquer l'effectif salarié du nouveau site, comparé à celui de l'ensemble de l'entreprise, un an après sa mise en activité. Le choix de cette date s'explique par la volonté d'obtenir des

réponses comparables. Il s'agit notamment de prendre en compte l'existence d'un délai de mise en route, en particulier pour les sites de production industrielle, durant lequel le site fonctionne avec un effectif réduit par rapport à l'effectif initialement prévu lorsque le site aura atteint sa vitesse de croisière. L'insertion dans le questionnaire de la question 7 s'explique par le fait qu'il est très difficile de connaître la nature des activités accueillies par un site particulier d'une entreprise à partir de sources d'informations secondaires. L'INSEE affirme en rendre compte dans sa base de données SIRENE en indiquant, pour les établissements les plus grands, l'Activité Principale Exercée (APE) ainsi que les activités secondaires qu'ils accueillent. Ces indications ne sont cependant fournies que pour une très faible proportion des établissements recensés dans la base de données SIRENE. Elles sont en outre souvent anciennes. Dans la quasi-totalité des cas, l'APE de l'établissement fournie par SIRENE est la même que celle de l'entreprise dans son ensemble.

La question 6 permet de préciser le type d'opérations auquel correspond la décision d'ouverture du nouveau site. Le nombre d'items proposés dépasse le degré de précision des statistiques de l'INSEE qui ne distingue que les transferts partiels (sans fermeture du ou des sites d'origine), les transferts totaux (avec fermeture ou cession du ou des sites d'origine), et les créations ex-nihilo de nouvelles capacités (ou créations pures pour reprendre les termes de l'INSEE, voir Delisle et Lainé, 1998). Il s'agit d'obtenir une information plus détaillée sur les opérations de transferts en ce qui concerne leur nature, mais également leur échelle géographique. Il est en effet également demandé, dans le cadre de cette question 6, la ou les localisations d'origine des activités transférées, et ce sous forme de question ouverte

Les questions 2 et 3 complètent la question 6 en s'intéressant au contexte stratégique plus large dans lequel la décision de créer un nouveau site est intervenue. La question 3 permet en particulier de déterminer dans quels cas cette création constitue une modalité de croissance interne pour l'entreprise concernée.

Bien qu'elle soit également factuelle dans sa forme, la question 5 adopte une perspective plus subjective ou égocentrée (Chanteau, 2001). Elle permet en effet de resituer le lieu d'implantation choisi pour le nouveau site par rapport au territoire occupé par l'entreprise, c'est-à-dire par rapport à l'ensemble de ses localisations préexistantes. Cette question est destinée à obtenir une première évaluation du niveau préalable de connaissances directes ou « expérientielles » (Johanson et Vahlne, 1977) dont dispose l'entreprise sur l'environnement local du nouveau site.

Le processus de décision de localisation

La deuxième partie du questionnaire s'intéresse au déroulement du processus de décision de localisation en lui-même. Elle comporte à la fois des questions factuelles (à partir de la question introductive jusqu'à la question 3) et des questions avec échelles de notation (questions 4 à 8).

La question introductive vise à connaître le nombre de décisions de localisation de nouveaux sites que les entreprises répondantes ont mis en œuvre à la fois en France et à l'étranger durant les 10 années ayant précédé l'enquête. Cette question permet ainsi d'évaluer le niveau de familiarité de l'entreprise avec ce type de situation de décision. Une entreprise habituée aux décisions de localisation est en effet plus à même d'y faire face de manière réfléchie, soit parce qu'elle aura pu établir des procédures facilitant la prise de décision en construisant par exemple des grilles de critères de choix de localisation (Aydalot, 1985), soit, de manière plus simple, grâce à l'expérience accumulée par les décideurs (Schmenner, 1982). Le choix d'une période plus longue n'est pas apparu approprié car le risque que les acteurs impliqués dans les décisions de localisation précédentes aient quitté l'entreprise entre-temps, emportant avec eux leur expérience en la matière, devenait alors trop grand.

Les questions 1 à 3 portent sur l'étendue du processus de recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site à la fois dans le temps (question 1), dans l'espace géographique (question 2) et dans le nombre de lieux d'implantation potentiels sérieusement envisagés (question 3).

Dans les questions avec échelle de valeur, les répondants sont appelés à formuler une appréciation quant à l'importance du rôle joué par différents acteurs internes et externes à leur entreprise dans le choix du lieu d'implantation du nouveau site (questions 4, 7, 8). Il s'agit également d'obtenir leur appréciation quant à la manière dont le processus décisionnel s'est déroulé (questions 5 et 6).

La conception des questions de cette partie s'inspire notamment des travaux de Kalika (1988). Selon lui, le degré de décentralisation (ou, inversement, de centralisation) du processus de prise d'une décision bien définie peut être évalué à l'aide de deux indicateurs :

- le niveau auquel la décision finale est prise ;
- le caractère plus ou moins collégial de la prise de décision.

Les réponses à la question 7 de la partie 2 apporteront des éléments d'évaluation de la première dimension en permettant l'identification du décideur unique ou, dans le cas d'une décision collégiale, de l'acteur ayant eu l'influence la plus déterminante sur la décision finale.

Elles seront complétées par les réponses à la question 5 indiquant le niveau de participation des responsables autres que le décideur final à la prise de décision.

Dans la question 8, il est demandé aux répondants d'évaluer l'efficacité des influences exercées par des acteurs extérieurs à leur entreprise sur sa décision de localisation à deux moments distincts du processus décisionnel :

- lors de la phase de recherche et de sélection d'un lieu d'implantation ;
- après l'annonce du choix d'un lieu d'implantation.

Le projet de nouveau site peut nécessiter, dés le départ, l'implication d'acteurs extérieurs à l'entreprise. Dans ce cas, les intérêts des acteurs en question sont intégrés très en amont dans le processus décisionnel et la solution finalement retenue en tiendra compte. Cependant, le processus de décision demeure la plupart du temps strictement interne à l'entreprise. Il ne devient visible pour les acteurs de son environnement qu'à partir du moment où des démarches sont entamées pour mettre en œuvre effectivement la décision (recherche de biens immobiliers ou fonciers à acheter ou à louer, constitution de dossiers de demande d'aides à l'implantation, recrutement du personnel du futur site), une fois que celle-ci a été prise, ou lorsque l'entreprise choisit de rendre public le choix réalisé. Inquiets des retombées éventuelles que ce choix peut avoir pour eux, certains de ces acteurs extérieurs peuvent tenter alors de le modifier pour le rendre plus conforme à leurs intérêts propres.

Les facteurs de localisation utilisés pour choisir le lieu d'implantation du nouveau site

Dans le questionnaire, le traitement de ce thème a été subdivisé en deux parties distinctes. Aydalot (1985), Schmenner et alii (1987) ou Hayter (1997) avancent que les entreprises découpent le processus de choix d'une nouvelle localisation en plusieurs étapes successives correspondant à des échelles géographiques de plus en plus petites. Une entreprise souhaitant implanter une nouvelle unité de production hors de son pays d'origine procéderait ainsi d'abord au choix d'un pays pour accueillir cette unité de production, puis d'une région à l'intérieur de ce pays, d'une agglomération urbaine au sein de cette région et, enfin, d'un terrain ou d'un bâtiment à l'intérieur de ladite agglomération urbaine. Ce mode de décomposition du processus de prise de décision repose sur l'idée que chaque facteur de localisation dispose d'un champ spatial d'action particulier. Ainsi, quelques kilomètres, voire

quelques centaines de mètres de différence à l'intérieur d'une même agglomération urbaine suffisent à faire varier le niveau des loyers ou des prix des terrains. A l'inverse, le niveau des salaires, à qualification égale, ne diffère significativement que d'une région ou d'un pays à un autre (Aydalot, 1985). En conséquence, pour les auteurs cités, les entreprises n'accordent pas la même importance aux différents facteurs de localisation selon l'échelle géographique à laquelle elles mènent leur réflexion.

L'adoption, au sein du questionnaire, d'un découpage aussi précis du processus décisionnel n'est cependant pas apparue pertinente. Dans la forme, elle se serait en effet traduite par une multiplication des listes de facteurs de localisation proposées aux répondants. Sur le fond, elle revenait à poser des hypothèses particulièrement restrictives et surtout peu vraisemblables, en dehors du cas des décisions de localisation à l'international d'unités de production par de grandes entreprises, quant au déroulement effectif des processus de choix de localisation. Vouloir découper *a priori* le processus de décision en une succession d'étapes élémentaires paraissait donc exagérément simpliste. Au total, un tel choix aurait eu pour effet de complexifier de manière excessive un questionnaire déjà particulièrement dense, augmentant ainsi le risque de non-réponse. Plus grave encore, il se serait vraisemblablement traduit par des biais considérables dans les questionnaires retournés lorsque les répondants n'auraient pas trouvé de réponse correspondant à leur cas.

Aussi, dans le questionnaire, seules les étapes du choix du pays d'accueil du nouveau site (partie 3) et du choix d'un lieu d'implantation à l'intérieur de ce pays d'accueil (partie 4) ont-elles été distinguées, pour les entreprises concernées. Cette distinction s'appuie sur l'idée selon laquelle la présence de frontières politiques modifie sensiblement la nature des facteurs de localisation pris en considération par les décideurs (Dunning, 1998). Ces frontières sont ainsi à l'origine de différences dans les législations, les contextes politiques et culturels ou encore dans la qualité des infrastructures locales qui n'existent pas à l'intérieur d'un même territoire national.

Les parties 3 et 4 sont chacune constituées d'une seule question demandant aux répondants d'évaluer, sur des échelles de notation à 6 positions, l'importance accordée par leur entreprise lors du choix, respectivement, du pays d'accueil et du lieu d'implantation précis du nouveau site à chacun des facteurs de localisation proposés. Ces facteurs de localisation sont ensuite présentés aux répondants regroupés en thèmes dont l'intitulé est précisé. Cette présentation par thèmes a été choisie en toute conscience des risques de biais qu'elle comportait. Elle pouvait en particulier inciter certains répondants à attribuer des notes

similaires à l'ensemble des facteurs regroupés sous un même intitulé (effet de halo, Igalens et Roussel, 1998). Toutefois, les risques de biais associés à cette présentation nous ont semblé bien moins importants que ceux auxquels nous nous serions exposés en présentant les facteurs dans une seule et même liste. Etant donné le nombre élevé de facteurs de localisation que contenait chacune des deux parties, cette présentation en listes indistinctes risquait en effet de provoquer erreurs et lassitude des répondants. Il en serait résulté non seulement une diminution de la fiabilité des réponses obtenues, mais également du taux de retour des questionnaires.

Les listes de facteurs de localisation incluses dans ces deux parties ont été construites à partir d'une large revue de l'abondante littérature recourant à cette approche factorielle des décisions de localisation (voir partie 1, chapitre 2).

Les facteurs déterminants du choix du pays d'accueil du site

La troisième partie, qui ne concerne que les entreprises ayant finalement décidé d'implanter leur nouveau site à l'étranger, vise à restituer l'importance accordée par les décideurs aux différents facteurs proposés dans le choix du pays d'accueil du nouveau site. Une question filtre a été insérée à la fin de la partie 2 afin de sélectionner les répondants concernés par cette partie, les autres étant invités à passer directement à la partie 4.

Les facteurs déterminants du choix du lieu d'implantation du site à l'échelle nationale

La quatrième partie, qui concernait toutes les entreprises, est destinée à restituer l'importance accordée par les décideurs aux différents facteurs de localisation proposés dans le processus de choix du lieu d'implantation du nouveau site à l'intérieur d'un pays, qu'il s'agisse, selon les cas, de la France ou du pays d'accueil préalablement choisi.

Le devenir du nouveau site

La cinquième partie s'intéresse, en aval du processus décisionnel, à la mise en œuvre de la décision de localisation.

Elle comprend :

- dans un premier temps, des questions (questions 1 et 2) portant sur l'évolution du projet de création du nouveau site, à partir du moment où cette création a été décidée et jusqu'à l'ouverture effective du site (ou, lorsque cette ouverture n'était pas encore survenue à la date de l'enquête, jusqu'à la date à laquelle le questionnaire a été complété) ;

- dans un deuxième temps, pour les entreprises concernées, des questions portant sur l'évolution du nouveau site après que celui-ci soit effectivement entré en activité et jusqu'à la date de réalisation de l'enquête (question 4, 5).

La question 3 oriente les répondants vers la partie du questionnaire les concernant. Si le nouveau site par rapport auquel le questionnaire a été rempli était effectivement entré en service à la date de l'enquête, alors les répondants étaient invités à renseigner les questions 4 et 5 de cette partie. Dans le cas contraire, il leur était demandé de passer directement à la partie 6.

Questions générales sur la décision de localisation prise par votre entreprise

La sixième partie comprend des questions d'ordre général, présentées sous la forme de propositions, les répondants devant indiquer le degré de pertinence de chacune d'elles par rapport à la décision étudiée. Ces propositions se rapportent aux critères de choix utilisés et au déroulement des processus décisionnels.

De manière plus détaillée :

- la première proposition de la liste a été conçue comme une question de recoupement (Evrard et alii, 2000). Elle est destinée à vérifier la pertinence du découpage de l'espace géographique sur la base d'entités administratives utilisé pour constituer la liste d'items de la question 5 de la partie 1. En effet, ce que les décideurs entendent par local, régional ou national est susceptible de varier fortement d'une personne à une autre et, surtout, ne correspond pas nécessairement aux délimitations officielles de ces différentes entités géographiques (Hayter, 1997) ;
- les propositions 4, 7, 8 et 9 peuvent être analysées, de par leur formulation, comme des questions sur le rôle de certains facteurs de localisation particuliers dans les décisions de localisation étudiées. Les réponses à ces questions pourront de ce fait, dans les traitements statistiques ultérieurs, être rapprochées avec les réponses aux questions des parties 3 et 4 ;
- les propositions 2, 3, 5, 6 et 10 permettent de collecter l'appréciation des répondants quant aux caractéristiques générales du processus de recherche, par leur entreprise, du lieu d'implantation du nouveau site. Elles viennent ainsi compléter les informations fournies par les questions de la partie 2 ;
- la proposition 11 vise à connaître l'appréciation globale que portent les répondants, à l'expérience, sur la localisation qui a finalement été choisi pour le nouveau site.

Identification de l'entreprise et du répondant

La septième partie, enfin, comporte quelques questions permettant l'identification et la caractérisation du répondant et de l'entreprise à laquelle il appartient. Conformément aux conseils généralement prodigués sur la structuration des questionnaires, cette fiche signalétique a été placée à la fin du document (Evrard et alii, 2000).

Les renseignements demandés sur les entreprises répondantes sont succincts. Ils sont destinés pour l'essentiel à vérifier, par recoupement avec les données contenues dans le fichier d'adresse utilisé, si le répondant appartenait ou non à l'entreprise à laquelle le questionnaire avait été initialement adressé. Ces renseignements visent à faciliter l'éventuel recueil de données secondaires sur ces entreprises afin de compléter les données primaires collectées grâce au questionnaire.

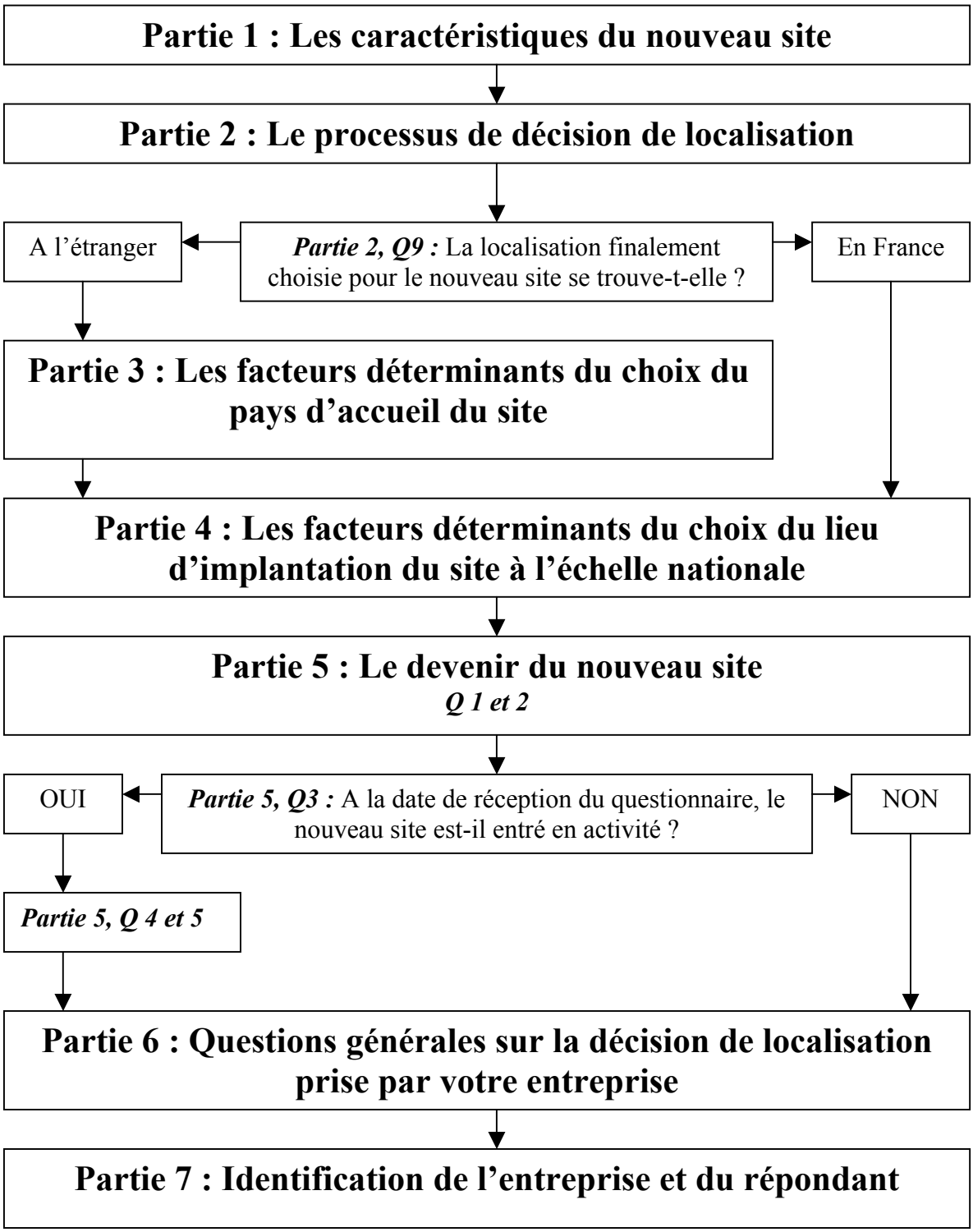
Une dernière question invite les répondants à indiquer si leur entreprise était ou non la filiale d'un groupe et, si oui, de préciser la nationalité dudit groupe. Cette question fournit une information intéressante sur l'autonomie décisionnelle des entreprises répondantes. Elle fait appel à la perception des répondants. Elle est de ce fait mieux à même de traduire le contrôle effectif d'une entreprise par une autre que l'application d'un pourcentage arbitraire de droits de vote détenus à des données sur l'actionnariat des entreprises de l'échantillon issues de bases de données financières telles que DIANE ou DafsaLiens.

De nombreuses caractéristiques individuelles des répondants, telles que leur niveau de formation initiale, la nature de cette formation ou encore leur parcours professionnel, peuvent affecter la manière dont ils perçoivent une situation de gestion. Nous avons cependant choisi de ne demander aux répondants que la nature des fonctions qu'ils exerçaient à la date de l'enquête ainsi que leur ancienneté dans l'entreprise et dans ces fonctions. Recoupées avec les données obtenues dans la partie 2, les réponses à ces questions doivent en effet permettre d'évaluer le degré d'implication effectif des répondants dans le processus de décision de localisation étudié et donc leur niveau d'information sur ce processus. De ce niveau d'information et d'intimité avec le processus décisionnel dépend la fiabilité des réponses apportées.

Le graphique 2.1 permet de visualiser la dynamique d'ensemble du questionnaire. Il constitue à ce titre une synthèse de la présentation qui vient d'en être faite sous une forme littéraire et argumentée. Les questions filtres, destinées à aiguiller les répondants vers les

parties qui les concernent, y apparaissent de manière particulièrement claire. On notera ainsi que, pour ne pas rendre le document trop complexe, seules deux questions filtres ont été insérées dans le questionnaire.

Graphique 2.1 : Schéma de la dynamique d'ensemble du questionnaire



2.2.2. La procédure d'échantillonnage

a. Définition de la population étudiée et recherche d'une base de sondage

Le choix de n'adresser qu'un seul questionnaire par entreprise

Chacun des exemplaires du questionnaire porte sur le choix du lieu d'implantation d'un nouveau site particulier. La population à étudier comprend donc, en théorie, l'ensemble des créations de nouveaux sites décidées ou mises en œuvre en France ou à l'étranger durant la période d'étude choisie par les entreprises françaises appartenant aux secteurs des industries manufacturières et de la réalisation de logiciels. Or, il est probable que certaines de ces entreprises ont décidé ou mis en œuvre plusieurs décisions de localisation durant la période retenue, et ce quelle qu'en soit la longueur (celle-ci est définie ci-après). La réalisation de l'enquête sur l'ensemble de la population étudiée aurait impliqué l'envoi à ces entreprises de plusieurs exemplaires du questionnaire, chacun d'entre eux en référence à une opération de création de site particulière.

Cette approche nous est cependant apparue à la fois peu pertinente sur le fond et risquée sur la forme. Peu pertinente car elle n'est pas cohérente avec la volonté d'étudier l'influence qu'exercent les caractéristiques des entreprises concernées sur leurs logiques de choix de nouvelles localisations. En effet, supposons qu'une même entreprise retourne plusieurs exemplaires du questionnaire remplis en référence à des décisions de localisation distinctes. L'analyse de ces réponses permettrait certes de bien cerner l'influence exercée par la spécificité de chacune de ces situations de décision sur la nature de la solution finalement retenue. Elle serait en revanche incapable de discerner l'influence exercée sur cette décision par les caractéristiques propres à l'entreprise. De manière plus pragmatique, l'envoi de plusieurs exemplaires du questionnaire, déjà long par lui-même, à une seule et même entreprise risquait de susciter confusion et découragement chez les répondants potentiels et de nuire, de ce fait, au taux de retour de l'enquête. Pour toutes ces raisons, il a été décidé que chacune des entreprises identifiées serait interrogée par rapport à une et une seule opération de création d'un nouveau site.

La recherche d'une base de sondage aussi fiable et exhaustive que possible

La constitution de la population des entreprises enquêtées requérait le repérage préalable des décisions de création de nouveaux sites prises ou mises en œuvre, durant la période choisie, par les entreprises appartenant au champ prédéfini. La réalisation de ce repérage soulevait deux problèmes de taille :

- comment repérer ces décisions ? Quelles sources d'information pouvaient être utilisées à cette fin ?
- une fois ces sources repérées, comment évaluer le niveau de couverture du champ d'analyse que celles-ci étaient en mesure de fournir ? Permettaient-elles de distinguer clairement les opérations de création de nouveaux sites d'opérations d'autres natures ? Et si oui, contenaient-elles une liste complète des opérations de ce type décidées ou mises en œuvre par les entreprises appartenant au champ d'analyse ? La détention d'une liste à la fois fiable et exhaustive des unités appartenant à la population étudiée est particulièrement intéressante dans le cadre d'une enquête par questionnaire. Elle permet en effet, une fois l'enquête réalisée, de corriger les effets de l'erreur de couverture, liée notamment dans notre cas au choix de n'interroger chaque entreprise qu'en référence à une création de nouveau site et une seule, et de l'erreur de non-réponse. Il est dés lors possible d'évaluer la représentativité de l'échantillon des réponses par rapport à l'ensemble de la population étudiée et ainsi d'extrapoler les résultats obtenus sur l'échantillon à l'ensemble de cette population (Evrard et alii, 2000). A l'inverse, toute distorsion entre la base de sondage utilisée et la population étudiée constitue une source de biais potentiellement importants dans les résultats qu'il ne serait pas possible de corriger par la suite.

La réponse à la première de ces deux interrogations est rapide. En effet, à défaut de construire sa propre base de données, ce qui nécessite un réseau de relations personnelles et un investissement temporel dépassant le cadre d'un travail doctoral (voir Brossard, 1997, pour un aperçu), nous n'avons identifié, pour ce qui concerne les entreprises françaises, que deux sources d'informations utilisables pour repérer les créations de nouveaux sites :

- la base de données SIRENE (Système Informatisé du Répertoire National des Entreprises et des Etablissements) : Elle est élaborée à partir des déclarations que les entreprises sont tenues de faire auprès des centres de formalités des entreprises (CFE)[38]. Elle recense ainsi les informations administratives relatives à la création, aux modifications de situation et à la cessation d'activité de l'ensemble des entreprises et de tous leurs établissements implantés sur le territoire français. La gestion de ce répertoire est confiée à l'INSEE qui donne la possibilité, moyennant finance, d'en extraire des fichiers d'entreprises ou d'établissements, sélectionnés selon les demandes de ses clients ;
- la presse économique : Les principaux titres de la presse économique française relatent de manière régulière les décisions de créations de nouveaux sites annoncées par les

entreprises françaises. Ces événements particuliers de la vie des entreprises sont mêmes regroupés dans des rubriques spécifiques. Il s'agit, pour les décisions sur le territoire français, de la rubrique « régions » dans Les Echos et La Tribune et surtout de la rubrique « investissements » de l'Usine Nouvelle. Cette dernière regroupe les principales décisions d'investissement, à la fois en France et à l'étranger, des entreprises industrielles de toutes nationalités. Ces décisions d'investissement sont repérées à partir des annonces faites par les entreprises concernées mais aussi à partir des informations collectées sur le terrain par les correspondants locaux de l'hebdomadaire. Par ailleurs, l'Usine Nouvelle publie tous les ans depuis 1995 un dossier spécial intitulé « la France de l'Industrie » dans lequel sont recensées, avec une certaine exhaustivité, les décisions d'investissement prises par les entreprises industrielles, françaises et étrangères, sur le territoire français et, parmi elles, les décisions de création de nouveaux sites.

La base de données SIRENE constituait, *a priori* du moins, une source d'informations à la fois plus fiable et plus exhaustive pour construire la population d'entreprises enquêtée qu'un dépouillement des principaux titres de la presse économique française. Elle spécifie en effet la date et l'origine de la création de chacun des établissements qu'elle recense. A la différence des articles de la presse économique dont la formulation demeure parfois ambiguë, SIRENE permet donc, en théorie, de distinguer clairement les opérations de création de nouveaux établissements des opérations d'autres natures, en particulier des opérations d'acquisition d'établissements existants. D'autre part, le caractère obligatoire, pour les entreprises, des déclarations à partir desquelles le répertoire SIRENE est construit constitue une garantie d'exhaustivité dans son recensement des créations de nouveaux établissements

La base de données SIRENE présente cependant une limite importante : Elle ne rend compte des créations de nouveaux établissements par les entreprises françaises que dans la mesure où ceux-ci sont implantés à l'intérieur du territoire français. Elle ne pouvait donc pas être utilisée, dans le cadre de cette recherche, pour repérer les créations de nouveaux sites par les entreprises françaises à l'étranger. La dépouillement de la presse économique constituait, au moment où l'enquête a été réalisée, la seule source disponible pour identifier ces dernières[39] .

[38] Aux termes du Décret N°96-650 du 19 Juillet 1996, voir dans les annexes du Code du Commerce.
[39] L'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII) procède depuis peu au recensement des décisions d'implantation des entreprises françaises à l'international. La constitution de cette base de données est

En résumé, le repérage des créations de nouveaux sites par les entreprises françaises du champ d'analyse a été réalisé à partir des sources suivantes :

- la base de données SIRENE pour les créations de nouveaux établissements sur le territoire français ;
- le dépouillement des titres de la presse économique française (L'Usine Nouvelle, Les Echos, La Tribune) pour les créations de nouveaux sites (ayant statut d'établissement ou de filiale) à l'étranger.

La délimitation de la période d'étude

Le caractère contraignant des principes généraux de délimitation de la population de décisions de localisation étudiée[40] nous a conduit à apporter un soin tout particulier à la définition de la période couverte par l'enquête. Cette définition doit en effet tenir compte à la fois de la nécessité, pour limiter les défauts de mémoire des répondants, d'étudier des décisions prises le plus récemment possible et de l'obligation d'obtenir un échantillon de taille suffisante pour garantir la validité statistique des résultats obtenus.

Il faut signaler à ce propos que les sources utilisées pour repérer les créations de nouveaux sites n'indiquent pas la date à laquelle la décision de localisation des sites en question a été prise. La presse économique signale en effet, dans le meilleur des cas, la date à laquelle cette décision a été officiellement annoncée par l'entreprise. La base de données SIRENE, pour sa part, ne permet de connaître que la date d'entrée en service du nouveau site concerné par la décision de localisation. Or, l'ouverture du site peut intervenir longtemps après la prise de la décision de localisation, notamment lorsque celle-ci nécessite l'acquisition de terrains et la construction de bâtiments par l'entreprise. Dans ce cas, plusieurs années peuvent s'écouler entre le choix définitif du lieu d'implantation d'un nouveau site et son entrée en service effective (Hayter, 1997). La délimitation temporelle utilisée pour constituer le fichier des entreprises enquêtées devait de ce fait être plus restrictive pour les décisions de localisation en France que pour celles à l'étranger.

---

cependant postérieure à la réalisation de la présente enquête et cette ressource n'a donc pas pu être mobilisée pour constituer la base de sondage.

[40] Voir plus haut, section 2.1.1. .

La prise en compte de ces différentes contraintes nous a donc conduit à sélectionner :

- à l'échelle du territoire française, tous les nouveaux établissements dont l'ouverture a été déclarée[41] auprès des CFE par les entreprises industrielles et de réalisation de logiciels de nationalité française entre le premier Janvier 2001 et le premier Avril 2002;
- à l'échelle internationale, tous les nouveaux sites dont l'ouverture a été annoncée dans la presse économique entre le premier Janvier 2000 et le premier Avril 2002.

b. La constitution du fichier des destinataires du questionnaire

Elaboration de la liste des entreprises enquêtées

Le tableau 2.1 ci-dessous présente les principaux critères utilisés pour sélectionner les entreprises et les établissements inclus dans le fichier extrait de la base de données SIRENE acquis auprès de l'INSEE. Cette extraction n'a pas été obtenue au premier essai. Quelques ajustements et un certain nombre de contacts téléphoniques avec les services commerciaux compétents de l'INSEE ont été nécessaires pour parvenir au résultat voulu.

[41] Dans certains cas, l'ouverture de nouveaux établissements est déclarée aux CFE par les entreprises en anticipant quelque peu sur leur date effective d'entrée en service. Le fichier obtenu auprès de l'INSEE comprenait de ce fait quelques établissements devant entrer en activité dans le courant du mois d'Avril 2002.

Tableau 2.1 : Délimitation du champ de l'extraction du répertoire SIRENE acquise auprès de l'INSEE

Critères de sélection utilisés	Modalités choisies
Les caractéristiques des entreprises	
Catégorie juridique	Sociétés commerciales de droit français
Activité Principale Exercée (APE)	- Industries manufacturières (divisions 15 à 37 dans la Nomenclature d'Activités Française, NAF) ; - Réalisation de logiciels (classe 722Z dans la NAF)
Les caractéristiques des établissements nouvellement créés	
Type d'établissements	Etablissements secondaires (à l'exclusion des établissements sièges)
Localisation	En France métropolitaine
Date de création	- 2001 (année complète) ; - Premier trimestre 2002
Origine de la création	- Création pure ; - Réinstallation après transfert
Effectif	Pour 2001 : 3 salariés ou plus Pour 2002 : 1 salarié ou plus

Au final, la base de données SIRENE a signalé un total de 1390 créations d'établissements répondant aux critères de sélection utilisés dont 1115 pour l'année 2001 et 275 dans le courant du premier trimestre 2002. Un certain nombre de créations d'établissements ont ensuite été éliminés de ce total.

Chaque entreprise devant être interrogée par rapport à une décision de localisation et une seule, nous n'avons conservé, pour les entreprises ayant déclaré l'ouverture de plusieurs établissements en France métropolitaine durant la période d'étude, qu'une seule de ces déclarations en vue de l'envoi postal du questionnaire. Afin de réduire au minimum les éventuels biais de mémoire des répondants, c'est l'établissement dont la date d'ouverture était la plus récente qui a été conservé.

Nous avons ensuite éliminé les ouvertures d'établissements déclarées par les entreprises placées entre-temps en redressement judiciaire. Ces entreprises étant avant tout préoccupées par leur survie à court terme, il semblait en effet hautement improbable qu'elles acceptent de participer à l'enquête. Elles ont été repérées à partir des données fournies par le site Internet www.société.com, consulté pour la constitution du fichier nominatif des destinataires du questionnaire (voir plus loin).

Le dépouillement de la presse économique française a permis d'établir une liste de 95 opérations de création de nouveaux sites à l'échelle internationale annoncées ou réalisées dans

la période d'étude par 67 entreprises françaises des secteurs de l'industries manufacturière et de la réalisation de logiciels.

Lorsque, pour une même entreprise, plusieurs opérations de création de nouveaux sites à l'international ont été annoncées dans la presse économique entre janvier 2000 et avril 2002, seule la décision dont la parution était la plus récente a été retenue. Par ailleurs, certaines des 67 entreprises concernées par des créations de nouveaux sites à l'étranger avaient également, selon la base de données SIRENE, ouverts de nouveaux établissements à l'intérieur du territoire français dans la période étudiée. Etant donné le nombre relativement faible de décisions de localisation repérées à l'échelle internationale, il a été décidé d'interroger systématiquement ces entreprises en référence à la décision de localisation qu'elles avaient prise à l'étranger, au détriment des créations d'établissements qu'elles avaient déclarés en France.

A l'issue de cette procédure, la population totale des entreprises enquêtées s'élevait donc à 1108. 1041 d'entre elles devaient être interrogées en référence à une décision de localisation sur le territoire français et 67 en référence à une décision de localisation à l'étranger.

L'identification et la constitution d'une liste nominative des destinataires du questionnaire

Lorsque l'on souhaite réaliser une enquête auprès d'entreprises, il faut se préoccuper, une fois définie la population d'entreprises enquêtée, de l'identification des personnes auxquelles adresser le questionnaire au sein de chaque entreprise, en fonction de leur rôle dans le processus de décision étudié (Evrard et alii, 2000). Cette identification préalable exerce une influence déterminante sur la qualité des résultats obtenus. En effet, si l'individu qui rempli le questionnaire n'a pas effectivement été impliqué dans le processus décisionnel étudié, les réponses qu'il fournit risquent fort d'être convenues et peu conformes au déroulement effectif du processus en question (Barckley et McNamara, 1994).

En ce qui concerne l'étude des décisions de localisation, il s'agit d'un sujet particulièrement délicat. En effet, la plupart des entreprises du champ sectoriel couvert par la recherche ne sont qu'épisodiquement confrontées à ce type de problématique. Il n'existe donc pas, dans la très grande majorité d'entre elles, d'attribution explicite de la responsabilité de la prise de cette décision à un service ou à un cadre en particulier (Brossard, 1997). Or, à ce jour, la littérature offre peu de pistes permettant d'identifier *a priori* les principaux intervenants dans ce type de décision.

Les indications fournies sur ce point par Schmenner (1982) sont donc particulièrement précieuses. Afin d'identifier les cadres dirigeants les mieux renseignés sur le processus de décision de localisation d'une unité de production industrielle, Schmenner approche les entreprises qu'il a sélectionnées de manière très pragmatique « au travers de leur standard, se présentant et demandant à parler avec le cadre qui a été un acteur clé dans le processus de décision de localisation de la nouvelle unité de production ». Dans la plupart des cas, son appel est transféré à 2 personnes ou plus avant qu'il ne soit mis en relation avec un cadre se sentant qualifié pour parler du processus décisionnel. Les titres et fonctions de ces cadres varient de manière significative d'une entreprise à l'autre.

La création d'un nouvel établissement industriel représente pour les PME un investissement important et donc une décision à caractère stratégique. En conséquence, dans ces entreprises, la décision relève souvent directement du plus haut niveau hiérarchique, c'est-à-dire du dirigeant de l'entreprise (PDG ou DG) en personne.

Dans les entreprises de grande taille et possédant de multiples implantations, le déroulement du processus de prise de décision est plus complexe et mobilise des intervenants plus nombreux. Schmenner constate cependant que les directeurs des services de la planification stratégique ou de la gestion des affaires immobilières, lorsque ces services existent, ou encore le directeur de la production de la division concernée se trouvent souvent au cœur du processus de décision de localisation de nouveaux établissements de production. Toutefois, la participation des directions fonctionnelles ou des directions des divisions concernées à la prise de décision n'apparaît ni systématique ni continue (Brossard, 1997). En revanche, comme le souligne Aydalot (1985, p. 67), quel que soit le type d'entreprises considéré, « toujours…la décision finale est prise au sommet de la hiérarchie de l'entreprise ». Or, la nature des informations demandées dans le questionnaire nécessitait que le répondant soit en mesure, non seulement d'avoir une vision de l'ensemble du processus de choix de la nouvelle localisation, mais également qu'il puisse rendre compte des difficultés rencontrées dans la conduite du projet de nouveau site et, une fois celui-ci entré en activité, dans son fonctionnement.

Les cadres occupant des fonctions de direction générale sont les plus à mêmes de remplir l'ensemble de ces conditions, y compris dans les grandes entreprises. En outre, au cas où le questionnaire n'aurait pas été adressé à la personne la mieux renseignée, au sein de l'entreprise destinataire, sur le processus de décision de localisation, il y a plus de chances que le document descende la voie hiérarchique, qu'il ne la remonte ou encore qu'il ne soit transmis horizontalement, entre cadres de même niveau hiérarchique.

En conséquence, il a été décidé d'adresser le questionnaire au dirigeant de niveau le plus élevé des entreprises de la population enquêtée, quelles que soient leur taille et leur organisation formelle. En pratique, le destinataire choisi était, soit le Président-Directeur-Général (ou, selon le statut juridique de l'entreprise, le gérant ou le président du directoire) soit, lorsque cette fonction était individualisée dans les sources d'informations consultées, le directeur général de l'entreprise[42].

Il nous semblait par ailleurs préférable, en vue de faciliter l'acheminement des questionnaires à leurs destinataires finaux, d'indiquer sur les enveloppes, outre la fonction qu'ils occupent dans l'entreprise, le nom de ces destinataires. A cette fin, il était nécessaire de disposer d'une liste nominative la plus récente possible des principaux dirigeants des entreprises de la population enquêtée. La base de données SIRENE ne contenant pas les noms des dirigeants des entreprises qu'elle répertorie, d'autres sources ont dû être utilisées pour construire cette liste nominative. Pour ce faire, nous avons recouru au site Internet www.société.com de préférence aux CD-ROM Kompass, dont l'usage est plus traditionnel. Les données fournies par ce site, directement issues du Registre National du Commerce et des Sociétés sont en effet apparues à la fois plus complètes et mieux actualisées[43] que les données des CD-ROM Kompass.

[42] En effet, lorsque cette fonction existe au sein d'une entreprise, c'est généralement le directeur général, et non le Président du Conseil d'Administration, qui exerce les fonctions de direction effective de l'entreprise.
[43] En réponse à un e-mail que nous avons adressé au service commercial de la société gérant ce site, il nous a été répondu que le délai de mise à jour était habituellement de 2 à 3 jours et, au maximum, d'une semaine par rapport à la parution des informations dans le Registre National du Commerce et des Sociétés.

2.2.3. Le déroulement de l'enquête

a. L'envoi initial du questionnaire

L'enquête par questionnaire s'est déroulée en deux phases distinctes dont les dates et les principaux résultats sont synthétisés dans le tableau 2.2.

Dans un premier temps, le questionnaire a été adressé par voie postale aux cadres dirigeants des 1108 entreprises sélectionnées à l'aide de l'extraction de la base de données SIRENE des établissements acquise auprès de l'INSEE et, pour les décisions de localisation à l'international, du dépouillement de la presse économique française. Cet envoi initial a été réalisé le 15 Mai 2002 en utilisant la procédure de l'envoi groupé afin de réduire les frais d'envois. Sur les exemplaires du questionnaire envoyés, une date limite de réponse au 30 Juin était fixée aux répondants. Chacun d'eux était accompagné d'une lettre de couverture présentant le cadre et les objectifs de la recherche et précisant la décision de localisation par rapport à laquelle le questionnaire devait être rempli (voir annexe 1.1.). Ce premier envoi postal a permis de collecter 74 exemplaires complétés du questionnaire dont 72 se sont révélés utilisables.

Tableau 2.2 : Les deux phases de la collecte des questionnaires

Date	Phase de la collecte	Population concernée	Questionnaires retournés	Taux de réponse
15 mai 2002	Envoi initial des questionnaires par voie postale	1108 entreprises	74	6,68%
Septembre 2002 à Mars 2003	Relances téléphoniques avec renvoi de questionnaires	140 entreprises contactées	34	24,3%
	Total	**1119**	**108**	**9,65%**

b. La réalisation des relances

En vue d'améliorer ce taux de retour et, par là même, la qualité des résultats statistiques obtenus, une procédure de relance auprès des entreprises qui n'avaient pas répondu au premier envoi a ensuite été mise en œuvre à partir du début du mois de Septembre 2002. Cette procédure de relances a été conçue de manière à être la plus efficace possible.

En premier lieu, il a été décidé de concentrer ces relances sur les entreprises les plus grandes de la population initialement enquêtée. L'analyse de la structure des réponses reçues à l'issue de l'envoi postal a en effet révélé un taux de retour anormalement faible de la part de cette catégorie d'entreprises. Il nous est apparu, au regard de la littérature (voir notamment

Schmenner, 1982) et des interrogations qu'avait soulevées la construction de la liste nominative des destinataires du premier envoi (voir la section 2.2.2. ci-dessus), que ce déséquilibre dans la composition des retours était probablement dû au fait que le questionnaire n'était pas parvenu, dans les grandes entreprises, à la personne la mieux à même d'y répondre.

Cette présomption nous a conduit à privilégier, pour la réalisation de ces relances, le recours aux contacts téléphoniques par rapport à un nouvel envoi du questionnaire par voie postale qui risquait de se révéler aussi peu productif que l'envoi initial.

11 des entreprises contactées lors des relances n'appartenaient pas à la population originellement enquêtée. Elles ont été contactées soit parce qu'elles avaient annoncé par voie de presse la mise en œuvre d'une décision de localisation, en particulier à l'étranger, peu après l'envoi postal du questionnaire, soit sur recommandations de certains des destinataires du questionnaire. Leur inclusion visait à améliorer le taux de retour en ciblant des décisions de localisation prises le plus récemment possible.

La prise de contacts téléphoniques directs avec les entreprises nous a ainsi permis de savoir ce qu'il était advenu du premier exemplaire du questionnaire transmis par voie postale :

Soit le destinataire du questionnaire l'avait effectivement reçu mais n'avait pas jugé bon que son entreprise y réponde. Dans ce cas, nous nous sommes enquis des raisons de cette non-réponse. C'est généralement le manque de temps qui a été mis en avant par nos interlocuteurs. Dans ces cas, nous n'avons pas insisté, les directions des grandes entreprises étant déjà assaillies de multiples questionnaires d'enquête de provenances diverses.

Soit le questionnaire avait été transmis, par son destinataire initial, à une autre personne de l'entreprise qu'elle jugeait plus qualifiée ou plus disponible pour y répondre. Dans ce cas, nous nous sommes enquis de l'identité de la personne en question et nous sommes entré en relation avec elle afin de savoir si elle avait effectivement reçu le questionnaire et, si oui, les raisons de sa non-réponse.

Bien souvent, nos interlocuteurs ne se rappelaient pas avoir reçu le questionnaire que nous avions adressé à leur entreprise. Rien de surprenant à cela puisqu'un délai relativement long a séparé l'envoi initial du questionnaire de la réalisation des relances téléphoniques. Ces dernières ont en effet été effectuées, au mieux, trois mois et demi après l'envoi initial. La longueur de ce délai est due au fait que la date limite fixée aux répondants, lors de l'envoi initial, pour retourner les questionnaires complétés correspondait au début de la période des vacances scolaires estivales. La présence de nos différents interlocuteurs dans leurs entreprises respectives n'étant pas assurée durant cette période, il nous a semblé préférable

d'attendre le début du mois de Septembre 2002, qui marquait la fin des vacances scolaires, pour entamer les relances téléphoniques[44]. De fait, ces relances ont nécessité le renvoi (par courrier, par mail ou par fax) de 102 nouveaux exemplaires du questionnaire à nos interlocuteurs (pour un total de 140 entreprises contactées).

La durée effective de la procédure de relance téléphonique (7 mois au total) a excédé la durée initialement prévue. Ce dépassement est en soi intéressant. Il est en effet en partie attribuable à la complexité même du processus de prise de décision de localisation à l'intérieur des grandes entreprises, confirmant par la même occasion la pertinence de la démarche adoptée pour les relances. L'identification, au sein de l'entreprise contactée, de la personne la mieux renseignée sur ce processus a généralement été longue et difficile. Il a souvent été nécessaire de contacter trois ou quatre interlocuteurs différents (voire plus dans certains cas) avant de pouvoir entrer en relation avec la personne idoine.

La durée des relances a été encore accrue par le fait que nos interlocuteurs étaient généralement des cadres dirigeants ou, à tout le moins, des cadres de haut rang de leur entreprise. A ce titre, ils doivent gérer un emploi du temps particulièrement chargé et, la plupart du temps, effectuent de nombreux déplacements en France et à l'étranger. Ils n'en sont que plus difficiles à joindre. Jusqu'à 10 appels téléphoniques, parfois espacés de 1 ou 2 mois, ont ainsi été nécessaires pour obtenir une réponse (positive ou négative) quant à leur participation à l'enquête. Toutefois, le niveau très élevé du taux de retour obtenu à l'issue de ces relances comparé à celui de l'envoi postal initial montre l'intérêt et, *in fine*, la productivité du mode opératoire utilisé. Ces relances ont en effet permis de récolter 34 questionnaires supplémentaires dont 30 ont pu être intégrés dans les traitements statistiques.

Eu égard à la longueur du questionnaire et aux contraintes temporelles particulièrement fortes de la population de cadres dirigeants à laquelle il a été adressé, le taux de retour total de l'enquête de 9,65%, de même que le taux de retour utile (rapport entre le nombre total d'entreprises enquêtées et le nombre de questionnaires retournés et exploitables) de 9,12% apparaissent tout à fait satisfaisants.

c. Analyse des taux de retour en fonction du lieu d'implantation du site nouvellement créé

Le tableau 2.3 permet de constater que le taux de retour obtenu pour les décisions de localisation à l'international a été plus de 2,4 fois supérieur au taux obtenu pour les décisions de localisation sur le territoire français. Ces résultats semblent indiquer que les entreprises

[44] Quelques tentatives réalisées au début du mois de Juillet 2002 nous ont conforté dans ce choix.

françaises sont, selon toute vraisemblance, plus sensibles à la thématique des décisions de localisation à l'international. Il ne s'agit là cependant que d'une explication possible parmi d'autres. Les différences dans le mode de constitution de la population d'entreprises ayant pris des décisions de localisation en France et de la population des entreprises ayant pris des décisions de localisation à l'international (voir section 2.2.2.) peuvent également, comme nous le verrons plus loin, être à l'origine d'une bonne part des divergences existant dans les taux de réponse obtenus au sein de ces deux populations.

Tableau 2.3 : Calcul des taux de retour

	Décisions de localisation sur le territoire français	Décisions de localisation à l'international	Total
Population d'entreprises enquêtée	1048	71	**1119**
Questionnaires retournés	92	16	**108**
Taux de retour	8,78%	22,54%	**9,65%**
Questionnaires retournés et exploitables	87	15	**102**

d. Qualité des réponses obtenues et recherche d'informations complémentaires

Le ratio entre le nombre total de questionnaires retournés (108) et le nombre de questionnaires retournés et exploitables (102) s'élève à 94,4%. Il s'agit d'un excellent ratio au regard de la complexité du questionnaire, de sa longueur et du nombre élevé d'items qu'il contenait. L'obtention d'un tel ratio a cependant nécessité la réalisation d'un important travail complémentaire. En effet, lorsque des questionnaires retournés n'étaient que partiellement remplis ou lorsque certaines réponses sont apparues ambiguës, les répondants concernés ont été recontactés par téléphone. Cette procédure, bien qu'extrêmement coûteuse en temps comme en moyens financiers (Evrard et alii, 2000), s'est avérée très utile.

Elle a d'abord permis d'obtenir, dans le cas des questionnaires incomplets, les réponses aux questions que les répondants n'avaient pas renseignées. Il en est résulté une augmentation significative du nombre de questionnaires exploitables mais également, au sein de ces questionnaires exploitables, une élimination presque totale des réponses manquantes. Dés lors, la question du traitement des quelques réponses manquantes restantes est devenue relativement secondaire. Elle a été résolue de manière très simple en remplaçant les non-réponses aux questions avec échelle de notation par les notes moyennes obtenues sur

l'ensemble de l'échantillon[45]. Le pourcentage très faible des réponses manquantes dans les questionnaires exploités garantissait en effet que ce choix ne fausserait pas les résultats d'ensemble de l'enquête.

D'autre part, ces contacts téléphoniques avec les répondants ont permis de recueillir de précieuses informations complémentaires, à même de lever les éventuelles ambiguïtés existant dans certaines réponses et d'assurer une meilleure compréhension de la spécificité des situations de décision étudiées. Parmi les entreprises répondantes, une soixantaine a fait l'objet d'une telle démarche. Dans quelques rares cas seulement les répondants n'ont pu être joints. Dans tous ces cas, les informations recherchées étaient relativement mineures et les questionnaires correspondants ont malgré tout pu être exploités sans difficultés notables.

A ces contacts téléphoniques se sont ajoutés une vingtaine d'entretiens en face-à-face avec des répondants ayant accepté de nous recevoir. Un objectif analogue avait été assigné à ces entretiens : Il s'agissait de compléter les informations quelque peu sommaires fournies par le questionnaire sur la prise de décision de localisation, son contexte organisationnel et sa mise en œuvre.

Ces entretiens ont été conduit sur le mode semi-directif afin de donner la possibilité aux personnes interrogées d'exprimer leur représentation de la situation étudiée. Le matériau collecté lors de ces entretiens ne fait pas l'objet d'un traitement spécifique au sein de la thèse. Il a été directement utilisé pour accroître la pertinence et la richesse de l'interprétation des résultats des traitements statistiques réalisés sur les données d'enquête.

[45] Cette procédure de remplacement des données numériques manquantes par la moyenne sur l'ensemble de l'échantillon présentait en outre l'avantage d'être l'option par défaut des deux logiciels utilisés pour le traitement statistiques des données de l'enquête (SPSS et SPAD).

2.2.4. L'exploitation statistique des données recueillies

Le choix des méthodes appropriées pour le traitement statistique des données issues de l'enquête a été réalisé en fonction d'une part de la nature et du nombre des variables à traiter et, d'autres part, des objectifs de la recherche.

a. Des variables qualitatives et quantitatives

Les variables issues du questionnaire d'enquête sont de natures diverses. En vue de procéder à leur traitement statistique, elles ont été regroupées au sein de deux grandes catégories.

Les variables correspondant à des questions semi-ouvertes précodées et à des questions fermées binaires (de type oui/non) doivent sans ambiguïté aucune être considérées comme des variables qualitatives nominales. Les quelques questions ouvertes appelant des réponses quantifiées (dans la partie 1 : effectif de l'entreprise et du nouveau site, dans la partie 7 : ancienneté des répondants dans leurs fonctions et dans l'entreprise) ont également été transformées en variables qualitatives par la création de classes représentant autant de modalités de la variable.

La nature des variables issues de questions avec échelle de notation soulève plus d'interrogations. Elles peuvent en effet être considérées alternativement comme des variables qualitatives ordinales ou, sous certaines conditions[46], comme des variables quantitatives. En dépit de l'hypothèse simplificatrice qui l'accompagne, c'est cette dernière option qui a été choisie ici. Comme cela a déjà été signalé en section 2.2.1., ce choix élargi considérablement l'éventail des traitements statistiques utilisables puisqu'il permet de calculer, pour chacune des questions avec échelle, la moyenne arithmétique et l'écart type des réponses.

b. La distinction de trois ensembles thématiques de variables

Le dépouillement et le codage des données issues du questionnaire produit un total de 94 variables quantitatives. L'ampleur de cette matrice des données initiale amène à opter pour des méthodes d'analyses statistiques multivariées permettant le traitement simultané d'ensemble de variables de grande taille en vue d'en faire ressortir les traits les plus saillants.

Compte tenu de la nature métrique des données concernées, les techniques statistiques multivariées choisies sont l'Analyses en Composantes Principales (ACP) et la Classification Ascendante Hiérarchique (CAH). Ces techniques ont été mises en œuvre de manière

combinée. L'ACP a en effet été utilisée comme une étape préalable à la classification. Elle permet de résumer l'information contenue dans les variables initiales en un nombre plus réduit de dimensions synthétiques. La technique de la CAH a ensuite été appliquée sur les dimensions synthétiques ainsi dégagées afin de mettre à jour des groupes de décisions de localisation aussi homogènes que possible.

Toutefois, agréger l'ensemble des variables quantitatives issues de l'enquête par questionnaire au sein de traitements statistiques unifiés ne saurait rendre justice ni à la diversité, ni à la richesse des données collectées. Cette démarche a aussi peu de pertinence d'un point de vue statistique que d'un point de vue théorique. Ainsi, un test de mesure de la précision de l'échantillonnage de Kaiser, Meyer et Olkin (test KMO) pratiqué sur l'ensemble de ces variables démontre clairement leur incapacité à être utilisé simultanément dans une seule et même Analyse en Composantes Principales. En outre, trois thématiques nettement distinctes apparaissent parmi les questions avec échelle de notation que comprend le questionnaire. Elles ont respectivement trait :

- au rôle des différents acteurs internes et externes à l'entreprise dans le processus décisionnel étudié (questions 4, 5, 6, 7 et 8 de la partie 2). On peut leur adjoindre les quelques items se rapportant aux caractéristiques d'ensemble des processus décisionnels étudiés (questions 1, 2, 3, 5, 6 et 10 de la partie 6) ;
- à l'importance des différents facteurs de localisation utilisés par les décideurs pour choisir la nouvelle localisation (parties 3 et 4 ainsi que les questions 4, 7, 8 et 9 de la partie 6) ;
- aux difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre de la décision de localisation étudiée, à la fois avant et après l'entrée en activité du nouveau site (question 2 et 5 de la partie 5, ainsi que la question 11 de la partie 6 qui permet aux répondants d'exprimer leur évaluation globale du lieu d'implantation choisi).

c. Des traitements statistiques réalisés en deux temps

Les analyses thématiques

Dans un premier temps, chacun des ensembles thématiques de variables quantitatives a fait l'objet de traitements statistiques univariés (calculs de moyennes et d'écart types), bivariés (analyses de la variance ou tests de différences de moyenne) puis multivariés (procédure couplée ACP-CAH) séparés.

[46] En particulier sous l'hypothèse que les répondants ont une perception similaire des échelles de notation

L'identification, au sein de l'échantillon, de grands types ou classes de processus de décision en fonction du rôle et de la nature des intervenants a d'abord été entreprise. Les variables quantitatives concernant les caractéristiques générales du processus de choix de localisation et les variables qualitatives caractérisant la nature des situations de décision étudiées ont été utilisées en qualité de variables illustratives dans la procédure de CAH afin d'améliorer la compréhension des classes mises en évidence.

Une procédure similaire de réduction de l'information a ensuite été appliquée aux variables du deuxième thème afin d'identifier des types de décision en fonction des logiques qui les ont guidées à l'intérieur du territoire du pays d'accueil du nouveau site. Les facteurs déterminants du choix du pays d'accueil n'ont pas fait l'objet de traitements multidimensionnels car ils concernaient un nombre trop faible d'observations (15) au sein de l'échantillon. La mise en œuvre de ces traitements statistiques vise à répondre aux deux premières questions de recherche posées précédemment (voir chapitre précédent, section 1.2.) et, de manière partielle, à la question de recherche N°3.

Enfin, des regroupements d'observations relativement homogènes en fonction des difficultés de mise en œuvre rencontrées ont été mis à jour pour les 94 nouveaux sites effectivement entrés en activité à la date de l'enquête.

L'information contenue dans l'ensemble des variables quantitatives de la base de données a ainsi été résumée en trois variables nominales traduisant l'appartenance de chacune des observations de l'échantillon aux classes des différentes typologies thématiques.

Les croisements entre thèmes

Dans un deuxième temps, ces variables nominales ont été croisées deux à deux au sein de tableaux de contingence assortis de tests du chi-deux afin de repérer les relations existant entre elles.

Ces tris croisés apportent ainsi un éclairage plus complet sur les processus décisionnels étudiés, en prenant en compte à la fois les intervenants dans la prise de décision et les critères de choix qu'ils ont utilisés. Ils ont également permis d'étudier les conséquences, en termes de performance, de la configuration du processus de choix, tant du point de vue de ses acteurs que de celui de ses motivations.

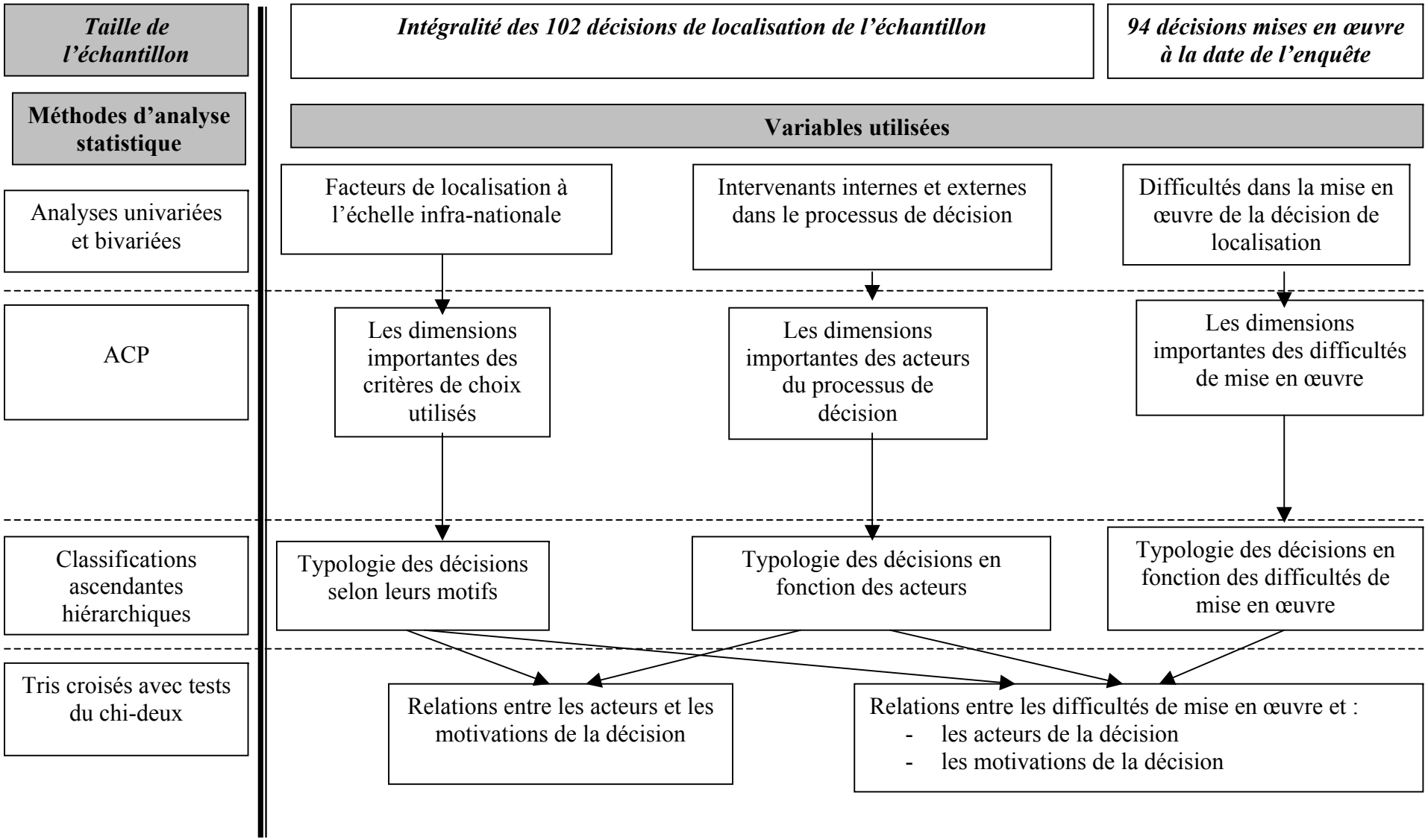
---

proposées.

Ces croisements sont destinés, pour le premier d'entre eux, à compléter la réponse à la question de recherche N°3 et, pour le second, à apporter des éléments de réponse à la question de recherche N°4.

Le graphique 2.2 donne une représentation synthétique des différentes étapes de l'analyse statistique des données recueillies et de leur articulation logique.

Graphique 2.2 : Schéma des principales étapes de l'analyse des données recueillies



2.3. Les limites de la recherche et leur prise en compte

La méthodologie de l'enquête par questionnaire présente de nombreuses sources potentielles de biais. Ces biais peuvent affecter la validité interne de la recherche, c'est-à-dire « l'assurance que les variations des variables…explicatives sont les seules à provoquer les variations des variables…à expliquer » (Igalens et Roussel, 1998). Ils peuvent également nuire à la validité externe de la recherche, c'est-à-dire à la capacité d'extrapoler les résultats obtenus à partir de l'échantillon de réponses à l'ensemble de la population étudiée (Evrard et alii, 2000).

La possibilité de survenance de ces biais doit être prise en compte le plus en amont possible dans la démarche de recherche. L'élaboration de l'instrument de recueil des données, de la population enquêtée et de la procédure d'enquête doivent donc viser à éliminer ou à réduire, autant que faire se peut, ces biais potentiels. Les diverses solutions proposées à cette fin ne sont pas toujours aisées à mettre en œuvre. Leur utilisation est en particulier restreinte par les contraintes en temps et en moyens financiers qui pèsent sur le chercheur, notamment dans le cadre d'une recherche doctorale.

En outre, la conception de l'enquête, aussi méticuleuse soit-elle, n'empêche pas l'apparition, au cours de sa réalisation, d'autres biais que le chercheur ne maîtrise que très imparfaitement, à l'image des phénomènes de non-réponses.

La portée des résultats obtenus à l'issue d'une enquête par questionnaire se trouve de ce fait limitée à la fois en termes de validité interne et de validité externe. Une étude sincère des principaux biais susceptibles d'affecter les résultats est indispensable au chercheur. Elle lui permet en effet d'éviter les erreurs d'interprétation et les conclusions hâtives que ne manqueraient pas de susciter une analyse insuffisamment distanciée des données récoltées.

L'exposé des biais potentiels et des limites propres à la recherche est tout aussi indispensable à ses lecteurs afin qu'eux-mêmes considèrent les résultats auxquels elle parvient avec les précautions qui s'imposent.

C'est dans cette double perspective que sont présentées ci-après les principales limites affectant les résultats de la présente recherche. Ces limites tiennent en premier lieu aux choix méthodologiques réalisés *ex-ante*, lors de la conception de l'enquête par questionnaire, choix sur lesquels pesaient certaines contraintes irréductibles, notamment concernant l'existence de bases de données sur les décisions de localisation d'entreprises. En dépit des précautions prises, des difficultés qui n'avaient pas été pleinement anticipées sont apparues *ex-post*, au fur

et à mesure de la réalisation effective de l'enquête. Ces difficultés signalent la présence possible de biais qu'il convient de prendre en compte au niveau du traitement et de l'analyse des données collectées.

2.3.1. Les principales limites prévisibles

a. Des limites à la validité interne de la recherche

Une restitution sommaire de la complexité des processus de prise de décision de localisation

Un des principaux avantages du questionnaire est qu'il offre la possibilité d'une standardisation de la mesure d'un phénomène. La médaille a cependant son revers et le rendu standardisé d'un ensemble de situations concrètes en entreprises s'effectue nécessairement au prix d'une réduction de la spécificité propre à chacune d'entre elles.

Le questionnaire est de ce fait un instrument beaucoup moins apte que l'entretien et, *a fortiori*, que l'observation, à restituer toute la complexité et toutes les particularités des processus de prise de décision non-structurées, telles que les décisions de localisation de nouveaux sites (Mintzberg et alii, 1976).

Une enquête par questionnaire ne permet en outre qu'une prise en compte réduite de la richesse du contexte dans lequel se déroulent les processus décisionnels étudiés. De ce fait, elle ne restitue que très partiellement les influences complexes que ce contexte exerce sur les décisions finales. Une décision de localisation ne représente en effet qu'un élément d'une décision de création d'un nouveau site. Cette dernière décision s'inscrit elle-même dans un contexte économique, sectoriel, organisationnel et stratégique plus large. Le choix de localisation s'effectue donc en interaction avec l'ensemble des autres aspects de la décision de création d'un nouveau site. De même, ce choix est affecté par de nombreuses caractéristiques du contexte spécifique dans lequel il intervient. Or, dans notre cas, la volonté de limiter la longueur et la complexité de l'outil de recueil de données ont conduit à n'y inclure qu'un nombre restreint de variables contextuelles. Etant donnée la diversité des situations de décision étudiées, il se peut donc fort bien que certaines de ces décisions s'expliquent par des variables ou des circonstances particulières qui n'apparaissent pas dans les données d'enquête.

Les biais du déclaratif

De manière générale, il est reproché à l'enquête par questionnaire de reposer exclusivement sur les déclarations de répondants individuels. Les réponses apportées sont

donc nécessairement empreintes d'une certaine subjectivité et ce d'autant plus, comme c'est le cas dans cette recherche, lorsque les questions posées portent sur des opinions et non sur des faits objectifs. Il peut donc exister un écart considérable entre les déclarations des répondants, telles qu'elles apparaissent dans le questionnaire, et le déroulement effectif du processus de décision de localisation dans l'entreprise. Les origines de cet écart sont multiples. Il peut être dû à un défaut de mémoire du répondant, à une méconnaissance de sa part de certains aspects du processus de prise de décision, à un défaut de compréhension des questions posées ou encore à la différence dans la manière dont chacun des répondants appréhende les échelles de mesure qui leurs sont proposées.

Bien que l'enquête ait été conçue de manière à minimiser l'écart entre les déclarations des répondants et la réalité des situations de décision étudiées, nous sommes conscients qu'il ne peut être réduit à néant. Les résultats obtenus doivent de ce fait être interprétés avec la plus grande prudence. Les données collectées sur les fonctions occupées, dans leur entreprise, par les répondants sont à ce titre particulièrement utiles. Elles permettent en effet d'évaluer, d'une part sa connaissance du processus de décision de localisation étudiée et, d'autre part, le point de vue qu'il a sur ce processus.

b. Une restriction à la validité externe de la recherche : L'utilisation de la presse économique pour repérer les décisions de localisation à l'international

La validité externe d'une recherche repose sur la représentativité de l'échantillon des réponses obtenues par rapport à l'ensemble de la population étudiée. L'évaluation de cette représentativité nécessite donc de disposer d'une liste aussi exhaustive que possible des individus appartenant à la population étudiée (aussi appelée base de sondage, Evrard et alii, 2000), c'est-à-dire, dans le cadre de cette recherche, des décisions de création de nouveaux sites prises ou mises en œuvre durant la période d'étude par les entreprises du champ d'analyse. La liste dont nous disposions pour les décisions de création de nouveaux sites mises en œuvre sur le territoire français étant extraite du répertoire SIRENE, elle présentait *a priori* de bonnes garanties d'exhaustivité. SIRENE ne recensant pas les créations de nouveaux sites mises en œuvre par les entreprises françaises hors du territoire national, nous avons été contraints d'utiliser la presse économique pour constituer la liste des décisions à l'échelle internationale. Comme il a été dit plus haut (voir section 2.2.2.), cette dernière source d'informations n'offre cependant pas les mêmes garanties d'exhaustivité, ni d'ailleurs de fiabilité, que SIRENE. En effet, la presse économique ne se fait pas nécessairement l'écho de l'intégralité des décisions de création de nouveaux sites par des entreprises françaises à

l'étranger. En outre, et malgré l'attention qui y a été porté, l'éventualité d'une omission, dans le dépouillement, de certaines décisions pourtant annoncées par la presse, ne peut être complètement écartée. Enfin, il existait un risque que les décisions repérées à partir de la presse économique ne correspondent pas, dans les faits, à des décisions de créations de nouveaux sites.

Il existe donc probablement des erreurs de couverture dans la base de sondage à l'échelle internationale. Il est cependant matériellement impossible, en raison des imperfections de la base de sondage utilisée, d'évaluer l'ampleur de ces erreurs de couverture et donc leurs effets sur les résultats de l'enquête. Dés la construction de la population d'entreprises enquêtées, il est donc apparu clairement que la validité externe de la recherche ne pourrait être assurée pour les décisions de localisation à l'international. Les erreurs de couverture susceptibles d'exister dans la liste des décisions de localisation à l'international doivent en particulier inciter à la plus grande prudence dans la comparaison des résultats concernant ces décisions avec ceux concernant les décisions mises en œuvre sur le territoire français.

Les possibilités de comparaison de la composition de l'échantillon de réponses avec l'ensemble de la population sont également limitées pour ce qui concerne les nouveaux établissements créés sur le territoire français. En effet, la base de données SIRENE ne permet pas de connaître l'activité principale qu'accueillent les différents établissements qu'elle recense. Or, il s'agit là d'une variable discriminante essentielle dans les logiques de choix de nouvelles localisations.

2.3.2. Les limites apparues au cours de la réalisation de l'enquête

Lors de la réalisation de l'enquête, des difficultés qui n'avaient pas été complètement anticipées sont apparues. Les plus importantes de ces difficultés ont été détectées indirectement, au travers des phénomènes de non-réponses. La volonté de mieux cerner les limites de la recherche nous a conduit à rechercher des pistes d'explication à ces non-réponses.

a. L'analyse des non-réponses intégrales

L'exploration des causes des non-réponses intégrales n'est pas chose aisée dans le cadre d'une enquête réalisée par voie postale. La relative modestie du taux de retour des questionnaires après relances obtenue ici rend néanmoins cette exploration incontournable. Deux sources d'information particulièrement précieuses ont pu être mobilisées à cette fin :

- d'une part, lors de l'envoi initial du questionnaire par voie postale, 21 des destinataires de cet envoi ont pris la peine d'expliquer par téléphone, par mail ou par courrier les raisons de leur non-participation à l'enquête ;
- d'autre part, les relances téléphoniques pratiquées ultérieurement ont permis de mieux appréhender les causes de non-réponses dans les entreprises relancées.

Ces relances ont permis de constater que la lourdeur du questionnaire constituait une raison majeure de non-réponse de destinataires par ailleurs très accaparés par les fonctions de direction qu'ils occupent. Si le manque de temps est probablement à l'origine de beaucoup de non-réponses intégrales à l'enquête, il ne saurait toutefois les expliquer toutes. L'exploitation des deux sources d'information citées plus haut a en effet permis de relever la présence de biais, avérés ou potentiels, qui sont de nature à limiter la portée des résultats obtenus

L'existence d'écarts entre les comportements des répondants et les comportements des non-répondants

L'existence de réponses manquantes est inhérente à la réalisation d'une enquête par questionnaire par voie postale. Elle ne constitue pas, en elle-même, un problème trop grave lorsque les comportements des répondants et des non-répondants par rapport au thème de l'enquête sont voisins. En revanche, les réponses manquantes, même en nombre limité, peuvent être à l'origine de biais importants dans les résultats si répondants et non-répondants ont des comportements nettement différenciés.

Dans le cadre de cette recherche, les raisons avancées par les destinataires du questionnaire pour expliquer leur non-participation à l'enquête ont révélé l'existence de deux différences potentiellement significatives entre répondants et non-répondants :

En premier lieu, les opérations de transferts d'activités vers de nouveaux sites sur de courtes distances avec fermeture du site d'origine sont susceptibles d'être sous-représentées dans l'échantillon des réponses reçues par rapport à l'ensemble de la population enquêtée. Dés l'envoi initial du questionnaire, certains destinataires ont en effet indiqué que, le questionnaire leur ayant été adressé en référence à une opération de ce type, ils n'y répondraient pas. Deux raisons ont été avancées pour expliquer ces non-réponses :

Une partie de ces destinataires considéraient qu'ils n'étaient pas concernés par l'enquête qui portait, comme nous l'avions indiqué sur la lettre d'accompagnement et la première page du questionnaire, sur la création de nouveaux sites. Or, pour eux, il s'agissait là

d'opérations de transferts de sites existants et non d'opérations de création de nouveaux sites à proprement parler.

D'autres destinataires ont manifestement jugé, au vu des arguments avancés pour expliquer leur non-réponse, que ces opérations de transferts sur de courtes distances constituaient des décisions très secondaires pour leur entreprise. Elles n'avaient de ce fait pas donné lieu à une réflexion suffisamment poussée en matière de choix de localisation pour justifier l'envoi d'un questionnaire aussi complet et détaillé.

En second lieu, lors des relances téléphoniques, trois de nos interlocuteurs nous ont signalé que les sites nouvellement créés par rapport auxquels le questionnaire leur avait été adressé ont été entre-temps fermés. Ils ont évoqué des raisons diverses (changement de stratégie suite au rachat de leur entreprise par une autre, problèmes avec l'administration locale, difficultés avec un partenaire commercial local indélicat) pour expliquer cette fermeture prématurée. Cependant, ne souhaitant pas se retourner sur un passé difficile et pour eux révolu, aucun d'eux n'a accepté de participer à l'enquête.

Les raisons avancées pour justifier ces non-réponses nous incitent à penser que les entreprises ayant rencontré les difficultés les plus importantes lors de la création d'un nouveau site n'ont vraisemblablement pas souhaité participer à l'enquête. En conséquence, l'ampleur des difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre du projet de nouveau site, puis, une fois celui-ci entré en activité, dans son fonctionnement est probablement sous-estimée dans l'échantillon des réponses obtenus par rapport à l'ensemble de la population étudiée.

Cette sous-estimation est encore accrue par le mode même de constitution de la population enquêtée. En effet, lorsqu'une entreprise rencontre de graves difficultés dans la conduite d'un projet de nouveau site, elle peut être amenée à abandonner ce projet avant terme. Or, fort logiquement, ces cas n'apparaissent pas dans la base de données SIRENE. Ils peuvent en revanche être repérés à partir du dépouillement de la presse économique. Il s'agit là d'une source de biais supplémentaire entre les populations de décisions de localisation sur le territoire français et à l'international[47].

[47] Ainsi, l'une des entreprises avec lesquelles nous avons été en contact téléphonique s'est vue refuser à plusieurs reprises des permis de construire pour la nouvelle usine qu'elle souhaitait construire dans une zone naturelle jugée sensible. Ces refus répétés l'ont conduit à abandonner complètement son projet d'ouverture d'un nouveau site de production industrielle, alors même que ce projet avait été annoncé dans la presse.

La découverte de biais dans la base de données SIRENE[48]

Etant données les sources utilisées pour construire cette partie de la population d'entreprises enquêtée, nous nous attendions à quelques déconvenues auprès des entreprises interrogées en référence à une décision de localisation à l'international. Pourtant, au fil des réponses au premier envoi postal du questionnaire, nous avons constaté que l'essentiel des imperfections dans la délimitation de la population enquêtée était imputable au fichier extrait de la base de données SIRENE de l'INSEE, que nous pensions au-dessus de tout soupçon eu égard à la nature très officielle des informations qu'elle utilise, à la précision des nomenclatures auxquelles elle recourt et à la respectabilité de l'institution qui en a la charge.

Il est en effet rapidement apparu que toutes les opérations signalées dans le fichier SIRENE comme des créations pures d'établissements n'en étaient pas. Ainsi, à la suite du premier envoi du questionnaire, certains destinataires nous ont contacté pour nous signaler que leur entreprise n'était pas concernée par l'enquête puisqu'elle n'avait ouvert aucun nouveau site de manière récente dans la localité indiquée (à partir des données fournies par SIRENE) dans la lettre d'accompagnement du questionnaire. Par la suite, nous nous sommes heurtés au même genre de réponses lors des relances téléphoniques. Nous avons donc interrogé nos interlocuteurs afin de connaître la nature des opérations effectivement réalisées par leur entreprise sur les sites indiqués ainsi que la raison pour laquelle ces opérations apparaissaient dans le fichier SIRENE comme des créations pures d'établissements.

Il semblerait, au vu des réponses fournies, qu'il s'agisse, dans tous les cas, d'opérations entraînant la modification du périmètre de l'entreprise concernée, à savoir :

- soit l'intégration dans l'entreprise d'une de ses filiales ou d'une entreprise qu'elle a acquise et donc de l'ensemble des établissements appartenant précédemment à la filiale ou à l'entreprise en question ;
- soit le transfert dans l'entreprise enquêtée de certaines activités (et des sites correspondants) préalablement intégrées dans le périmètre d'une autre entreprise appartenant au même groupe qu'elle.

Nous sommes beaucoup moins sûrs de ce deuxième cas qui repose pour l'essentiel sur des conjectures de notre part. En revanche, les déclarations concordantes de plusieurs de nos

[48] En dépit de nos demandes répétées, nous n'avons pas été en mesure d'obtenir un rendez-vous avec un responsable de la gestion de la base de données SIRENE à l'INSEE. Les biais que signale la présente section ainsi que les pistes d'explication avancées quant à leurs origines découlent donc exclusivement des déclarations des cadres d'entreprises avec lesquels nous avons été en contact et d'une réflexion personnelle menée à partir de ces déclarations. L'auteur de cet thèse assume donc l'entière responsabilité de ces propos. Ils recoupent toutefois

interlocuteurs nous permettent d'exposer avec une certaine assurance la procédure par laquelle une opération d'intégration, dans le périmètre d'une entreprise, d'une filiale ou d'une entreprise acquise peut se traduire, dans le fichier SIRENE, par l'enregistrement d'une opération de création pure d'établissement là où il n'y en a pas en réalité.

Pour que cette intégration devienne effective d'un point de vue administratif, l'entreprise concernée doit effectuer une double déclaration auprès des Centres de Formalités des Entreprises compétents. Elle doit en effet déclarer simultanément la fermeture de tous les établissements de la filiale ou de l'entreprise acquise sous leur ancienne dénomination sociale et leur ouverture sous sa propre dénomination sociale. Les établissements en question existaient donc déjà avant la réalisation de cette double opération déclarative, parfois depuis très longtemps, et aucune décision de localisation les concernant (au sens où nous l'entendons) n'a donc été prise à la date indiquée. Cette double démarche administrative apparaît toutefois dans la base de données SIRENE comme une création pure d'établissement.

Sur les 21 destinataires de l'envoi initial du questionnaire qui nous ont signalé leur non-participation à l'enquête, au moins 6 étaient dans ce cas. Par ailleurs, prés de 15 % des entreprises relancées en référence à une décision de localisation en France nous ont déclarées n'avoir créé aucun nouveau site dans le lieu et à la date indiquée par SIRENE. Il semble donc que, en raison de ces probables artifices administratifs, la liste des décisions de création de nouveaux sites construite à partir de l'extrait de la base de données SIRENE diffère de manière très significative de la population étudiée. En conséquence, il n'est pas possible, à l'échelle française comme à l'échelle internationale, d'évaluer la représentativité de l'échantillon des réponses obtenues par rapport à l'ensemble de la population étudiée.

L'existence de différences entre la base de sondage et les caractéristiques des réponses obtenues

Au fur et à mesure de la réception des questionnaires complétés, les données que ceux-ci contenaient ont été comparées avec les données obtenues à partir de la base de données SIRENE et du dépouillement de la presse économique. Cette comparaison a permis de faire apparaître d'autres différences significatives entre la base de sondage utilisée et les caractéristiques des réponses obtenues. Ces différences prêtent heureusement moins à conséquence que les biais administratifs constatés dans la base de données SIRENE. Elles introduisent néanmoins certaines distorsions par rapport à la définition initiale de la

ceux révélés par l'enquête SOCLE de la DATAR (Méchin, 2001). Ils sont cependant d'une ampleur moindre, ce qui traduit les améliorations appoortées à la base de données SIRENE depuis la réalisation de cette enquête.

population étudiée qui devront être prises en considération lors de l'analyse des résultats. Elles méritent, à ce titre, d'être présentées.

La présence dans l'échantillon de décisions de localisation de sièges sociaux

La première différence est encore une fois imputable à l'extraction réalisée à partir de la base de données SIRENE. Alors que cette extraction avait été paramétrée de manière à exclure du champ de l'analyse les décisions de localisation de sièges sociaux, 16 des questionnaires retournés à l'issue de l'envoi initial par voie postale se rapportaient à des décisions de ce type (et même, dans 10 cas, des décisions de localisation de sites uniques). Tous ces cas concernent des opérations de transferts de leur siège social par des entreprises de petite taille. Les répondants concernés ont été contactés par téléphone afin de mieux comprendre les origines de ce décalage.

Les informations complémentaires ainsi obtenues laisse apparaître deux cas de figures principaux :

Lorsque l'établissement nouvellement créé est géographiquement proche de l'établissement d'origine du transfert, certaines petites entreprises préfèrent conserver cet établissement d'origine et continuent d'y domicilier leur siège social même si le principal dirigeant de l'entreprise n'y est présent, au mieux, qu'épisodiquement. Ce choix peut être lié au prestige de la localisation de l'ancien établissement, à la volonté des dirigeants de se simplifier la vie en conservant la même adresse postale et en s'évitant les formalités administratives que requière tout transfert de siège social[49] ou simplement à des raisons pratiques[50]. Ces cas apparaissent cependant relativement rares.

Le transfert d'activités de direction, même sur une courte distance géographique, pouvant s'avérer très perturbant pour le fonctionnement d'une entreprise, celle-ci peut choisir de le réaliser en plusieurs étapes. Le transfert des activités de l'ancienne localisation vers la nouvelle s'effectue alors progressivement, le transfert administratif du siège social ne

[49] Le transfert du siège social d'une société commerciale constitue une modification statutaire. A ce titre, il doit faire l'objet d'une déclaration dans un journal d'annonce légal et du dépôt d'une déclaration spécifique auprès du greffe du tribunal de Commerce dans le ressort duquel le siège est transféré.

[50] Dans l'un des cas que nous avons rencontrés, l'entreprise concernée était de création très récente et son siège social était toujours, comme l'y autorise la loi française dans les deux années après la constitution de la société, domicilié au lieu d'habitation de son dirigeant-fondateur alors que l'essentiel de son activité venait d'être transféré dans des locaux loués situés non loin de là.

survenant qu'en dernier lieu. Dans l'intervalle, l'entreprise conserve donc l'ancien établissement dans lequel le siège de la société reste domicilié jusqu'à sa fermeture.

Les différences imputables aux destinataires du questionnaire

Deux autres différences entre la base de sondage utilisée et les caractéristiques des réponses obtenues sont dues aux initiatives (généralement heureuses) prises par les destinataires du questionnaire.

L'identité de l'entreprise répondante

La première de ces différences concerne l'identité des entreprises répondantes.

Dans nombre d'entreprises enquêtées, le destinataire du premier envoi postal a, conformément aux instructions de la lettre d'accompagnement, transmis le questionnaire à la personne qu'il jugeait la mieux à même de le compléter. Celle-ci appartenait généralement à la même entreprise que le destinataire du questionnaire. Dans 3 cas cependant, ce processus de transmission du questionnaire a dépassé les frontières de l'entreprise destinataire, si bien que le répondant final se trouvait appartenir à une autre entreprise que celle à laquelle le courrier avait été initialement adressé. Selon les cas, cette autre entreprise s'est révélée être la tête du groupe contrôlant l'entreprise destinataire ou, à l'inverse, une filiale de l'entreprise destinataire. Cette différence n'a pas posé de difficulté particulière dans la plupart des cas. Nous avons simplement veillé, lorsque des données provenant de sources secondaires ont été utilisées dans les traitements statistiques pour compléter les données issues du questionnaire, à prendre en considération les données concernant l'entreprise répondante et non celles concernant l'entreprise destinataire. Dans un cas, cependant, un problème s'est posé puisque l'entreprise répondante n'appartenait pas au périmètre sectoriel défini pour l'étude. Nous avons cependant choisi de conserver cette entreprise dans notre échantillon et ce pour deux raisons :

- tout d'abord, les activités concernées par la décision de localisation prises par cette entreprise ne dépareillaient pas avec celles des autres observations de l'échantillon puisqu'il s'agissait d'activités de recherche et développement;
- d'autre part, ce choix est en conformité avec l'approche exploratoire de la présente recherche. Le cas de cette entreprise peut en effet ouvrir des pistes de recherche futures.

Les résultats concernant cette entreprise doivent cependant être analysés en tenant compte de ses particularités par rapport aux autres entreprises de l'échantillon.

La décision de localisation

Deux des destinataires de l'envoi initial ont retourné le questionnaire rempli en référence à une autre décision de localisation que celle qui était spécifiée dans la lettre d'accompagnement. Cette modification relève de l'entière initiative des répondants. Elle s'est cependant révélée heureuse puisque, dans les deux cas, la décision de localisation par rapport à laquelle le questionnaire a été rempli avait été prise plus récemment que celle qui était initialement indiquée dans la lettre d'accompagnement. L'initiative de ces deux répondants s'inscrivait donc en total accord avec la volonté d'interroger les entreprises par rapport aux décisions les plus récentes possibles afin de limiter les biais de mémoire dans les réponses.

Il convient cependant de noter que, dans un de ces deux cas, la décision de localisation choisie par le répondant concernait le transfert du siège social de l'entreprise, décision qui n'était pas incluse, à l'origine, dans la population étudiée.

Un relâchement des critères de délimitation de la population étudiée suite à la constatation de ces différences

La constatation, à l'issue de l'envoi initial du questionnaire par voie postale de ces décalages entre la base de sondage et les caractéristiques des réponses obtenues a conduit, lors de la réalisation des relances, à un léger relâchement des critères de délimitation de la population de décisions étudiées par rapport aux critères initialement utilisés. Ce relâchement porte sur deux points particuliers :

- des décisions de localisation de sièges sociaux ont été incluses, cette fois de manière volontaire, dans la population étudiée. L'échantillon des réponses obtenues à l'issue de l'envoi initial du questionnaire contenant déjà des décisions de ce type, il ne semblait pas incohérent d'en inclure quelques-unes de plus à l'occasion des relances. Ainsi, lorsque nos interlocuteurs dans les entreprises relancées ont affirmé que leur entreprise n'avait pas créé de nouveau site dans la commune et à la date spécifiée par le fichier SIRENE, nous leur avons demandé si elle avait pris une autre décision de localisation de manière récente et, si oui, s'il leur était possible de remplir le questionnaire en référence à cette décision. Lorsque ladite décision concernait le siège social de l'entreprise, nous l'avons intégrée à l'échantillon ;
- 11 entreprises n'appartenant pas à la population initialement enquêtée ont été contactées par téléphone durant la phase de relances. Nous leur avons demandé si elles souhaitaient participer à l'enquête en référence à une décision de localisation qu'elles avaient annoncé dans la presse entre le moment où l'envoi initial du questionnaire avait été réalisé (mois de

Mai 2002) et le moment où les relances ont été entamées (mois de Septembre 2002). Dans 4 cas, il s'agissait d'une décision de localisation d'un nouveau site à l'international et dans 7 cas, à l'intérieur du territoire français. Ce choix est apparu en conformité avec la volonté affichée d'interroger les entreprises par rapport à des décisions récentes. En outre, les limites temporelles fixées aussi bien pour la réalisation de l'extraction de la base de données SIRENE que pour le dépouillement de la presse économique n'étaient pas d'une rigidité absolue puisque aucune de ces deux sources d'information ne permettait de connaître de façon précise la date à laquelle avaient été prises les décisions de localisation qu'elles signalaient.

b. L'analyse des non-réponses partielles

Le fait qu'une partie des questionnaires retournés n'aient été que partiellement complétés ou que les réponses apportées aient pu apparaître ambiguës conduit nécessairement à s'interroger sur la qualité de la conception de l'instrument de recueil des données. La concentration des réponses manquantes ou ambiguës dans certaines parties du questionnaire ou sur certaines questions spécifiques peut en effet traduire l'existence de défauts, structurels ou de formulation, dans les parties et les questions concernées. Si tel est le cas, les problèmes repérés constituent les révélateurs de biais d'instrumentation plus généraux qui sont de nature à fausser les résultats d'ensemble de l'enquête.

Bien que l'analyse des réponses apportées aux autres questions ou parties du questionnaire puisse fournir quelques pistes d'explication, ce sont surtout les informations complémentaires obtenues par téléphone auprès des répondants concernés qui ont permis de mieux appréhender les origines des non-réponses partielles et, plus encore, des réponses ambiguës.

De l'aveu même des répondants, les défauts de réponses ou les ambiguïtés constatées dans les questionnaires retournés sont principalement dus au manque de temps qui les a conduits à n'effectuer qu'un survol rapide du document afin de le compléter au plus vite. Etant données la longueur et la complexité du questionnaire, cela ne pouvait qu'augmenter les risques d'erreur ou d'omission de leur part. C'est ce qui explique que certains d'entre eux aient oublié de compléter certaines parties qui leurs étaient pourtant destinées.

Deux des répondants ayant retourné le questionnaire rempli en référence à une décision de localisation à l'international ont ainsi omis de compléter, comme les instructions données dans le document les y invitaient, la partie 4 concernant « Les facteurs déterminants

du choix du lieu d'implantation du site à l'échelle nationale », se contentant de compléter la partie 3 sur « Les facteurs déterminants du choix du pays d'accueil du site ». Ces omissions peuvent être attribuées à un manque de clarté dans la présentation du questionnaire. Ainsi, les répondants, pressés par le temps, n'ont pas nécessairement réalisé qu'ils devaient remplir, dans ces cas précis, à la fois la partie 3 et la partie 4.

Toutefois, ces oublis sont aussi potentiellement riches en informations. Ils invitent en effet à s'interroger sur la pertinence de l'individualisation, au sein du processus de décision de localisation à l'international, de deux phases successives, la première concernant le choix du pays d'accueil du nouveau site et la deuxième le choix, plus précis, d'un lieu d'implantation à l'intérieur de ce pays d'accueil. Cette distinction ne reflète pas nécessairement le déroulement effectif du processus de prise de décision dans les deux entreprises concernées, le choix du pays d'accueil donnant lieu à la réflexion la plus approfondie alors que le choix d'un lieu d'implantation à l'intérieur de ce pays d'accueil s'est ensuite imposé à l'entreprise comme une évidence ou comme une contrainte[51].

La partie 4 portant sur « Les facteurs déterminants du choix du lieu d'implantation du site à l'échelle nationale » est celle qui a donné lieu au plus grand nombre de réponses manquantes à la réception du questionnaire. Les répondants interrogés à ce sujet par téléphone ont signalé que, lorsqu'ils n'avaient donné aucune note pour un des facteurs proposés dans la liste, c'est que ce facteur n'avait joué aucun rôle dans leur décision de localisation. La note 0 devait donc être attribué à ce facteur. Néanmoins, face à la longueur de la liste de facteurs proposés, ils n'ont pas systématiquement pris la peine de le préciser. Le fait que les omissions de notes sur les échelles de notation se concentrent dans les parties 3 et surtout 4 du questionnaire est ainsi l'indication d'une certaine lassitude des répondants face au nombre important d'items que contenaient ces parties.

Ces réponses ont attiré notre attention sur les divergences dans la manière dont les répondants ont appréhendé les échelles de notation en 6 points qui leur étaient proposées dans le questionnaire , en particulier dans les parties 3 et 4. Une simple lecture de ces parties dans les questionnaires retournés permet de constater ces divergences. Certains répondants utilisent l'ensemble des 6 positions des échelles de notation afin de nuancer leur jugement quant à l'importance accordée par leur entreprise aux différents facteurs de localisation proposés.

[51] Tel était effectivement le cas pour une des deux entreprises, le choix du lieu d'implantation dans le pays d'accueil étant conditionné à l'accès à une source de matières premières précise et localisée. Une fois l'accès à

Quelques-uns, cependant, ont répugné à utiliser la position 0. Ainsi, un des répondants n'a attribué cette note à aucun des facteurs proposés dans la partie 4, préférant utiliser pour ce faire la note 1. Plus fréquents sont les cas où les répondants n'ont utilisé, dans cette même partie 4, que les deux notes extrêmes des échelles de notation, négligeant ainsi les positions intermédiaires.

Les deux questions portant sur le degré de consensus et sur le niveau de centralisation ayant caractérisés la prise de la décision de localisation (questions 5 et 6 de la partie 2) ont également donné lieu à des non-réponses récurrentes. Il est apparu, au vu des caractéristiques des répondants concernés et des remarques que ceux-ci ont formulées lors des contacts téléphoniques, que ces questions avaient très peu de sens pour les plus petites entreprises de l'échantillon. Dans ces entreprises, tous les pouvoirs de décision sont en effet concentrés par la seule personne du dirigeant (gérant ou PDG). De ce fait, la question du consensus et, encore plus, du niveau de centralisation de la prise de décision ne s'y pose souvent même pas. L'existence de réponses manquantes à ces deux questions révèle ainsi la capacité limitée du questionnaire à prendre en compte de manière satisfaisante la diversité des entreprises de la population étudiée et, de manière plus générale, la grande variété des situations de décisions concrètes étudiées.

L'analyse des réponses à ces questions doit donc être menée avec la plus grande prudence, en étant conscient qu'elles ont pu être mal ou diversement interprétées par les répondants et qu'il peut donc exister des biais dans les réponses.

Outre les non-réponses partielles, la lecture des questionnaires retournés a révélé la présence d'ambiguïtés dans les réponses fournies. Il paraît quelque peu paradoxal de parler d'ambiguïtés concernant un questionnaire contenant des formats de questions destinés précisément, parfois au prix de simplifications importantes, à lever toute ambiguïté. Ces dernières peuvent cependant resurgir dés lors que les répondants n'ont pas renseigné les questions posées comme il était attendu. Dans le cadre de la présente enquête, un tel cas de figure s'est produit de manière répétée pour une question particulière, celle concernant les activités accueillies par le nouveau site (question 7, partie 1). Il était précisé aux répondants, dans le document, qu'ils devaient indiquer, pour cette question, d'une part, l'activité principale accueillie par le nouveau site (l'emploi du singulier était particulièrement

cette source de matières premières garantie par la signature d'un contrat avec l'entreprise dont elle dépendait, le lieu d'implantation du nouveau site s'est imposé de lui-même.

important) et, d'autre part, s'il y avait lieu, la ou les activités secondaires accueillies par le nouveau site en complément de l'activité principale. Or, un certain nombre de répondants ont indiqué, contrairement aux instructions stipulées dans le questionnaire, que le nouveau site accueillait, à leur sens, plusieurs activités principales.

Il n'apparaît donc pas toujours aisé de déterminer l'activité principale d'un nouveau site et ce choix recèle une part d'arbitraire parfois considérable. Lorsque nous avons recontacté les répondants concernés par téléphone, nous avons essayé de clarifier ces réponses en utilisant, pour séparer l'activité principale d'un nouveau site de ses activités secondaires, un critère d'effectif occupé. Si l'emploi de ce critère a permis de lever un certain nombre d'ambiguïtés, son seul usage est apparu insuffisant à certains répondants pour distinguer l'activité principale d'un nouveau site.

En guise de synthèse

La conception de la démarche d'accès au terrain et de traitement des données empiriques collectées a été réalisée dans le prolongement de l'objectif assigné à la recherche, avec une volonté de conférer à ces choix méthodologiques une cohérence interne forte.

La volonté de conforter et de compléter les apports des travaux préexistants conduit à opter pour une méthodologie différente reposant sur le recueil direct des perceptions des acteurs. En conséquence, le volet empirique de la thèse repose essentiellement sur une enquête par questionnaire administrée par voie postale. Le choix de cette méthode de collecte permet d'explorer empiriquement le rôle des comportements explicites de préférence pour les localisations connues au sein d'une population de décisions de localisation large et diversifiée.
La population étudiée recouvre l'ensemble des décisions de localisation mises en œuvre ou annoncée, par les entreprises françaises des secteurs de l'industrie manufacturière et de la réalisation de logiciels, durant l'année 2001 et le premier trimestre de 2002. Les décisions de localisation concernant les sièges sociaux ont cependant été exclues de l'échantillon en raison du rôle prépondérant que sont susceptibles d'y jouer les préférences personnelles des dirigeants.

Le choix d'un terrain aussi large a imposé d'importantes contraintes à la construction du questionnaire. En conséquence, ce dernier a été basé sur une alternance de questions avec échelles de notation et de questions semi-ouvertes précodées, destinées à recueillir une information standardisée, et d'espaces d'expression libre, de nature à permettre aux répondants de préciser, le cas échéant, les spécificités de la situation de leur entreprise. Sur le fond, il permet la collecte de données à la fois sur les critères de choix utilisés et sur les caractéristiques du processus de prise de décision.
La population enquêtée a été constituée, à l'échelle nationale, à partir du fichier SIRENE de l'INSEE et, à l'échelle internationale, à partir des annonces de décisions de localisation parues dans la presse.

L'administration du questionnaire a permis, après relance, de parvenir à un taux de réponse tout à fait satisfaisant, autorisant ainsi l'application des traitements statistiques sur moyennes envisagés pour l'analyse des données collectées.
Les résultats obtenus devront toutefois être analysés en gardant à l'esprit les limites propres à la démarche méthodologique adoptée. Certaines de ces limites étaient prévisibles, d'autres sont apparues au cours de la réalisation de l'enquête. Des dispositifs ont été mis en œuvre, lorsque cela était possible, pour atténuer les biais potentiellement occasionnés dans les résultats. La question de la validité externe de ces résultats demeure toutefois posée, la qualité imparfaite des bases de sondage utilisées ne permettant pas réellement de comparer la composition de l'échantillon à celle de l'ensemble de la population étudiée.

PARTIE 3 : LES COMPORTEMENTS DE LOCALISATION DES ENTREPRISES FRANCAISES – LES RESULTATS DE LA RECHERCHE

Présentation de la partie

Dans cette partie sont exposés les résultats des différents traitements statistiques réalisés sur les données d'enquête ainsi que l'interprétation qui en a été faite.

Dans un premier temps, une description des principales caractéristiques des 102 observations de l'échantillon est proposée (chapitre 1).
Chacun des chapitres suivants est ensuite structuré autour de l'un des trois ensembles thématiques de variables distingués au sein du questionnaire : Les caractéristiques, objectives et perceptuelles, des processus de décision étudiés sont tout d'abord abordées (chapitre 2). Au sein de ce premier ensemble de variables, les perceptions, par les répondants, du rôle des différents intervenants dans la prise de décision sont analysées au moyen de traitements statistiques multivariés (Analyse en Composantes Principales, ACP, puis Classification Ascendante Hiérarchique, CAH) en vue de dégager des types de processus décisionnels. Les critères de choix de la nouvelle localisation (chapitre 3) puis les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions prises (chapitre 4) font ensuite l'objet d'analyses similaires. Dans ces deux derniers cas, les résultats obtenus sont mis en relation avec ceux des analyses thématiques précédentes en vue d'acquérir une vision plus synthétique des processus de choix étudiés.

Chapitre 1 : Les caractéristiques de l'échantillon

Présentation du chapitre

Ce chapitre contient une description des principales caractéristiques des observations de l'échantillon. Cette description est réalisée, pour l'essentiel, à partir des données d'enquête. Les statistiques descriptives ainsi obtenues sont destinées à enrichir la compréhension des résultats des traitements statistiques multivariés réalisés ultérieurement.
La composition de l'échantillon ne pouvant être comparée à celle de la population étudiée, l'objet premier de ce chapitre est de s'assurer que les situations de décision étudiées couvrent bien le champ de l'analyse et présentent une diversité suffisante au regard des variables de contingence mises en avant par la littérature pour garantir l'intérêt des résultats obtenus. Il s'agit également d'évaluer la fiabilité et la qualité des données collectées.

Chaque observation de l'échantillon correspond à une décision de localisation spécifique d'un nouveau site prise par une entreprise particulière. La composition de l'échantillon des réponses à l'enquête par questionnaire est donc successivement étudiée, dans ce chapitre, à deux niveaux : les caractéristiques des entreprises et des répondants sont examinées dans un premier temps (1.1.) ; dans un second temps, les caractéristiques des situations de décision étudiées sont présentées (1.2).

Dans ce premier chapitre, les principales caractéristiques des décisions de localisation composant l'échantillon de réponses ainsi que les caractéristiques des entreprises répondantes sont examinées. Les statistiques descriptives ainsi obtenues doivent permettre d'évaluer le degré de couverture par l'échantillon du champ étudié. Dans cette perspective, l'idéal aurait été de pouvoir comparer la composition de l'échantillon avec celle de l'ensemble de la population étudiée. Une telle comparaison n'est cependant pas envisageable ici en raison des défauts inhérents aux sources utilisées pour construire la base de sondage (voir partie 2, chapitre 2). Il n'en demeure pas moins essentiel, s'agissant d'une recherche de nature exploratoire, de s'assurer que l'échantillon étudié présente une variété suffisamment grande au regard des variables de segmentation considérées par la littérature comme les plus pertinentes pour l'explication des logiques sous-jacentes aux choix de nouvelles localisations par les entreprises industrielles et de réalisation de logiciels.

La plupart des données utilisées dans ce chapitre sont issues du traitement des questionnaires retournés. Le questionnaire comportait en effet des questions concernant d'une part les caractéristiques des décisions de localisation étudiées et, d'autre part, les caractéristiques des entreprises concernées et des répondants (voir annexe 1.2.). Il permet de ce fait une description riche de l'échantillon. Les données d'enquête ont parfois été

complétées par des données secondaires. Lorsque tel a été le cas, les sources utilisées sont précisées.

Par ailleurs, l'utilisation de ces statistiques descriptives dans les analyses multivariées ultérieures a nécessité de recoder certaines variables, en procédant notamment aux regroupements de certains des items proposés séparément aux répondants dans le questionnaire. A chaque fois qu'un tel recodage a été effectué, sa nature et la logique qui l'a guidé sont détaillées.

Les analyses univariées destinées à décrire l'échantillon ont été complétées par un certain nombre de tris croisés. Ces tris croisés visent à explorer les relations existant entre les caractéristiques des observations. Ils permettent ainsi de dépasser la simple description de l'échantillon proposée par les tris à plat. Leur pouvoir explicatif ne doit cependant pas être exagéré, puisqu'ils consistent exclusivement en des mesures d'association entre les variables prises deux à deux (voir l'encadré méthodologique 1 proposé ci-après). Lorsque les tests pratiqués indiquent que deux variables sont associées, cela ne signifie pas pour autant qu'il existe une relation de causalité entre elles (Evrard et alii, 2000).

Encadré méthodologique 1 : Les procédures de tests utilisées dans le cadre des tris croisés entre variables caractéristiques des observations de l'échantillon

Les tests d'association deux à deux des variables caractéristiques des observations de l'échantillon ont été réalisés sous SPSS. Les traitements statistiques utilisés diffèrent selon que les variables croisées étaient toutes deux de nature nominale ou lorsque l'une d'elles était de nature quantitative.

Croisements de deux variables nominales

Il s'agit alors d'étudier des tableaux de contingence croisant deux variables nominales. Dans ce cas, on utilise habituellement un test d'indépendance du chi-deux de Pearson. Celui-ci permet de tester l'hypothèse H0 suivante : Il n'existe pas de relation entre les deux variables nominales du tableau croisé. Pour ce faire, le test du chi-deux procède à la comparaison de la distribution observée sur l'échantillon et d'une distribution théorique correspondant à l'hypothèse d'indépendance des deux variables (Evrard et alii, 2000). Le test fournit alors une approximation, ou valeur asymptotique, de la probabilité p que H0 soit vraie.

Toutefois, pour que les résultats fournis par le test du chi-deux puissent être considérés comme fiables, il faut que l'effectif théorique de chaque case du tableau croisé soit supérieur à 5 (Agresti, 1990). Etant donnée la taille relativement limitée de notre échantillon, des essais ont montré qu'une telle condition n'était respectée pour aucun des tris croisés envisagés. Dans ces circonstances, nous avons eu recours à la valeur exacte du chi-deux de Pearson. Le module « tests exacts », proposé en complément du logiciel SPSS, permet d'obtenir cette valeur exacte. Ce module fournit également la valeur exacte du test du maximum de vraisemblance ainsi que celle du test de Freeman-Halton qui est une extension du test exact de Fischer à des tableaux croisés de dimension supérieure à 2x2 (Mehta et Patel, 1996). Ces deux tests constituent des alternatives à la valeur exacte du chi-deux de Pearson. Le test du chi-

deux de Pearson est la procédure la plus utilisée pour tester l'indépendance de deux variables nominales. En outre, la valeur asymptotique du chi-deux de Pearson est celle qui converge le plus rapidement vers sa valeur exacte (Agresti, 1990). Nous avons donc choisi, lorsque les différents tests produisaient des résultats conflictuels, de baser notre interprétation sur la valeur exacte du chi-deux de Pearson.

Il peut cependant arriver, lorsque les variables croisées comportent un nombre relativement élevé de modalités, que la valeur exacte du Chi-deux de Pearson ne puisse être calculée. Dans ce cas, nous avons procédé à une estimation à 99% de la valeur exacte du chi-deux de Pearson à l'aide de la méthode de Monte-Carlo qui est également proposée par le module «tests exacts » de SPSS (Mehta et Patel, 1996).

Croisements entre une variable nominale et une variable quantitative

Dans ce cas, des analyses de la variance (ANOVA) à un facteur ont été réalisées en utilisant la variable nominale comme variable explicative et la ou les variables quantitatives comme variable à expliquer.

La procédure de l'ANOVA à un facteur permet en effet d'effectuer des tests de comparaison de moyennes lorsqu'il y a plus de 2 groupes indépendants, ce qui était le cas pour la très grande majorité des variables nominales caractéristiques de l'échantillon. De manière plus précise, l'ANOVA teste, à l'aide d'un test de Fischer-Snedecor, l'hypothèse H0 suivante : La valeur moyenne de la variable à expliquer est la même pour tous les groupes. Si cette hypothèse nulle est démentie par le test, l'existence d'une liaison entre la variable nominale et la variable quantitative considérée est établie.

1.1. Les caractéristiques des entreprises et des répondants

Dans le cadre de cette recherche, comme pour toute enquête par sondage conduite auprès d'entreprises, nous avons été amenés à nous interroger successivement sur :

- la définition des entreprises à inclure dans la base de données d'enquête ;
- le choix des personnes à interroger dans chacune des entreprises choisies en relation avec les fonctions qu'elles occupent (Evrard et alii, 2000).

En conséquence, la présentation des caractéristiques des répondants se divisera en deux parties :

- les caractéristiques des entreprises ayant répondu (1.1.1.) ;
- les caractéristiques des personnes ayant répondu (1.1.2.).

1.1.1. Une répartition équilibrée des entreprises répondantes

Un large éventail de secteurs d'activité représentés

La répartition des entreprises de l'échantillon en secteurs d'activité a été réalisée sur la base de leur APE (Activité Principale Exercée) au sens de la Nomenclature d'Activités Françaises (NAF) de l'INSEE en 17 et en 31 positions (sections et sous-sections de la

nomenclature NAF). Comme toute nomenclature officielle, la NAF n'est qu'un reflet imparfait de la réalité de l'activité des entreprises. Le classement des entreprises à l'aide de cette nomenclature comprend de ce fait une part d'arbitraire et de simplification (Morvan, 1991).

L'utilisation de la nomenclature NAF dans le cadre de cette recherche présentait cependant deux grands avantages. En premier lieu, les informations sur l'APE des entreprises de l'échantillon selon la NAF pouvaient aisément être obtenues en consultant les sources utilisées pour construire la population d'entreprises enquêtées, notamment le fichier SIRENE. Par ailleurs, la nomenclature NAF a été élaborée à partir de la nomenclature européenne NACE qui est elle-même basée sur la CITI (Classification Internationale Type par Industrie), nomenclature d'activités des Nations-Unies qui est destinée à servir de base aux nomenclatures des pays-membres de l'ONU (INSEE, 2000). La correspondance existant de ce fait entre la NAF et les autres classifications sectorielles nationales est de nature à faciliter la mise en relation des résultats de la présente recherche avec ceux des recherches menées sur le même thème, et en particulier avec ceux des recherches anglo-saxonnes.

Le tableau 3.1 permet de constater que les 102 questionnaires retournés couvrent à peu prés tous les secteurs d'activité étudiés. Cependant, ces différents secteurs d'activité sont très diversement représentés dans l'échantillon. Ainsi, au sein de l'industrie manufacturière, le secteur « fabrication d'équipement électrique et électronique » est, numériquement, le plus présent. A l'inverse, certains secteurs (comme celui du travail du bois) sont peu représentés, voire complètement absents de l'échantillon. C'est le cas pour les « Industries du cuir et de la chaussure » et les « Activités de cokéfaction, raffinage, nucléaire ». Le secteur « réalisation de logiciels » (classe 722Z de la nomenclature NAF 700) est, avec 12 entreprises, correctement représenté.

Par ailleurs, lors de la réception des questionnaires, il est apparu qu'une des entreprises répondantes appartenait au secteur "Recherche-développement en sciences physiques et naturelles" (classe 731Z) qui ne faisait pas partie du champ d'investigation initialement défini. Nous avons cependant choisi de conserver cette observation dans l'échantillon car l'activité principale du site nouvellement implanté par rapport auquel le questionnaire a été retourné (R&D en l'occurrence) correspond tout à fait à notre champ d'étude (voir chapitre 2, partie 2).

Tableau 3.1 : Répartition des entreprises répondantes par secteur d'activité selon les nomenclatures NAF 17 et 31 de l'INSEE

	Fréquence	Pourcentage
Industrie manufacturière	**89**	**87,3**
dont		
Industries agro-alimentaires	8	7,8
Industries textiles et habillement	6	5,9
Travail du bois et fabrication d'articles en bois	2	2,0
Industries du papier et du carton, édition et imprimerie	5	4,9
Industries chimiques	6	5,9
Industries du caoutchouc et des plastiques	7	6,9
Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques	4	3,9
Métallurgie et travail des métaux	11	10,8
Fabrication de machines et d'équipement	14	13,7
Fabrication d'équipement électrique et électronique	20	19,6
Fabrication de matériel de transport	3	2,9
Autres industries manufacturières	3	2,9
Immobilier, location et services aux entreprises	**13**	**12,7**
dont		
Réalisation de logiciels	12	11,8
Recherche-développement en sciences physiques et naturelles	1	1,0
Total	**102**	**100,0**

Le tableau 3.1 montre cependant que la répartition sectorielle des entreprises par leur activité principale à l'aide de la nomenclature NAF 31 de l'INSEE conduit à une très forte dispersion au sein de l'échantillon. Il a donc été décidé d'utiliser, dans les traitements statistiques multidimensionnels, une classification plus agrégée. La nomenclature économique de synthèse en 16 positions, élaborée par l'INSEE à partir de la NAF sur la base d'un raisonnement économique en termes de marchés et de filières de production a été choisie à cette fin (tableau 3.2).

Tableau 3.2 : Répartition des entreprises répondantes par secteur d'activité selon la nomenclature économique de synthèse en 16 positions de l'INSEE

	Fréquence	Pourcentage
Industrie manufacturière	**89**	**87,3**
dont	8	7,8
Industries agricoles et alimentaires	12	11,8
Industries des biens de consommation	1	1,0
Industrie automobile	31	30,4
Industries des biens d'équipement	37	36,3
Industries des biens intermédiaires	8	7,8
Services aux entreprises	**13**	**12,7**
dont		
Réalisation de logiciels[52]	12	11,8
Recherche et développement	1	1,0
Total	**102**	**100,0**

Les différences supposées dans les comportements de localisation des entreprises selon qu'elles appartiennent à des secteurs à haute intensité technologique ou à faible intensité technologique font l'objet d'un intérêt tout particulier dans les recherches empiriques (Hayter, 1997). Nous avons donc également classé les entreprises de l'échantillon selon qu'elles appartiennent à des secteurs d'activité de haute technologie (*high tech*) ou à des secteurs d'activité à faible intensité technologique (*low tech*)[53].

Le tableau 3.3 montre que les entreprises de l'échantillon se répartissent de manière équilibrée entre ces deux types de secteurs avec une légère prédominance des entreprises appartenant à des secteurs de haute-technologie.

[52] Nous avons conservé cette appellation bien que ce secteur d'activité de la NAF 700 soit classé dans la subdivision « conseils et assistance » dans la NAF en 16 positions.

[53] La classification des secteurs d'activité entre secteurs à haute intensité technologique (ou *high-tech*) et secteurs à faible intensité technologique (ou *low-tech*) a été réalisée sur la base de la classification proposée par l'OCDE (2001) et, la classification de l'OCDE se limitant à l'industrie manufacturière, à partir de la classification de l'American Electronics Association (AEA) pour les secteurs de services aux entreprises. L'OCDE classe les secteurs industriels sur la base de données agrégées sur l'intensité de l'activité de Recherche et Développement. De manière plus précise, deux ratios sont utilisés : 1) le rapport entre les dépenses de R&D et la valeur ajoutée totale du secteur d'activité considérée ; 2) le rapport entre les dépenses de R&D et la valeur de la production totale du secteur (OCDE, 2001). L'AEA est la plus importante association professionnelle d'entreprises de haute technologie aux Etats-Unis. Sa classification des secteurs en *high tech* et *low tech* s'appuie sur des critères moins rigoureux que celle de l'OCDE. Néanmoins, elle rejoint, pour les services aux entreprises en particulier, des classifications recourant à des mesures plus précises de l'intensité de l'activité technologique (voir Baldwin et Gellatly, 1998). De plus, cette classification est utilisée par de nombreux instituts statistiques outre-atlantique (AEA, 2003).

Tableau 3.3 : Répartition des entreprises répondantes par types de secteurs d'activité en fonction de leur intensité technologique

	Fréquence	Pourcentage
Secteurs de haute technologie (*high tech*)	56	54,9
Secteurs à faible intensité technologique (*low tech*)	46	45,1
Total	102	100,0

Une répartition des entreprises par classes de taille très équilibrée

La taille des entreprises répondantes est calculée à partir d'un seul indicateur, celui de leur effectif salarié un an après la date de mise en service du nouveau site.

Le tableau 3.4 indique que les entreprises de l'échantillon se répartissent de manière particulièrement équilibrée dans les différentes classes de taille[54]. Cette répartition équilibrée est intéressante dans la mesure où la taille des entreprises est censée, d'après la littérature, avoir des effets différenciateurs importants sur leurs comportements de localisation. Cette répartition permet en outre de dépasser les limites des recherches empiriques existantes sur le sujet qui tendent à se concentrer de manière exclusive sur l'étude des choix de localisation des entreprises de grande taille (Barkley et McNamara, 1994).

Tableau 3.4 : Répartition des entreprises répondantes par classe de taille

	Fréquence	Pourcentage
Petites entreprises (De 1 à 49 salariés)	30	29,4
Entreprises moyennes (De 50 à 249 salariés)	32	31,4
Grandes entreprises (250 salariés et plus)	40	39,2
Total	102	100,0

Des structures de propriété variées

La variable « structure de propriété » a été construite à partir des déclarations des répondants. Il leur était demandé, dans le questionnaire, d'indiquer si leur entreprise était ou non la filiale d'un groupe et, si oui, de préciser la nationalité dudit groupe (voir annexe 1.2.). Ces informations ont ensuite été recoupées avec des données sur l'actionnariat des entreprises de l'échantillon fournies par les bases de données financières DIANE et DafsaLiens. Ces recoupements ont permis de confirmer, dans la plupart des cas, les réponses faites dans le questionnaire. Dans les quelques cas où des contradictions sont apparues, nous avons choisi de privilégier les perceptions des répondants. Celles-ci nous paraissent en effet plus à même

[54] Les classes de taille d'entreprises utilisées correspondent à la classification officielle établie par l'Union Européenne. Voir le Journal Officiel de l'UE, N° L 107 du 30/04/1996, p. 4-9.

de rendre compte de l'existence ou non du contrôle effectif d'une entreprise répondante par une autre.

Les réponses aux questionnaires ont donc permis de distinguer les entreprises contrôlées des entreprises indépendantes. Au sein de ce dernier ensemble, la littérature distingue usuellement des entreprises managériales dans lesquelles le capital est dispersé et la direction effective est assurée par des managers salariés (Berle et Means, 1932) et des entreprises à contrôle privé ou entreprises familiales qui sont contrôlées par un ou plusieurs membres d'une même famille (Charreaux, 1991). Aucune des questions posées dans le questionnaire ne permettait de déterminer si les entreprises répondantes indépendantes appartenaient à l'une ou l'autre de ces deux catégories. En vue d'effectuer cette distinction, nous avons eu recours aux informations fournies par les bases de données financières citées ci-dessus. Une entreprise a été considérée comme familiale lorsqu'au moins 20% de son capital était contrôlé directement ou indirectement (via une holding financière par exemple) par une ou plusieurs personnes physiques appartenant à une même famille (Hirigoyen et Poulain-Rhem, 1999). Ce seuil correspond en effet, en droit français, a celui à partir duquel une entreprises exerce « une influence notable sur la gestion et la politique financière d'une [autre] entreprise »[55.] Lorsque cette information était disponible, nous avons également regardé si une ou plusieurs personnes appartenant à la famille en question occupaient des fonctions de direction ou des fonctions d'administrateur dans l'entreprise. Les approches multi-critères sont en effet les plus pertinentes pour définir la nature familiale d'une entreprise (Allouche et Amann, 2000). Inversement, une entreprise a été considérée comme managériale si aucun de ses actionnaires ne détenait individuellement plus de 20% de son capital.

La consultation des bases de données financières a révélé qu'aucune des entreprises indépendantes pour lesquelles la structure du capital était disponible ne correspondait à cette définition de l'entreprise managériale. Néanmoins, les bases de données consultées ne fournissaient aucune information sur la composition de l'actionnariat de certaines entreprises parmi les plus petites de l'échantillon. Etant donnés la petite taille de ces entreprises et le fait qu'aucune d'entre elles n'était cotée en bourse, il nous a paru raisonnable de considérer qu'il s'agissait d'entreprises familiales (ou entrepreunariales) au sens de la définition donnée ci-dessus. En conséquence, la catégorie que nous avons nommée « entreprises indépendantes »

[55] Extrait du Code du Commerce, Article L. 233-16, alinéa IV.

ne comprend que des entreprises que l'on peut qualifier de familiales en vertu des définitions acceptées dans la littérature (Allouche et Amann, 2000).

L'analyse de la composition de l'échantillon des entreprises répondantes en termes de structure de propriété permet de constater un partage à peu prés égal entre entreprises indépendantes (n = 56) et entreprises filiales de groupes (n = 46). Au sein de ce deuxième ensemble, la répartition entre filiales de groupes français et filiales de groupes étrangers est également très équilibrée. Cette répartition équilibrée devrait assurer une bonne prise en compte des effets de cette variable sur les processus de choix de localisation des entreprises.

Tableau 3.5 : Structures de propriété des entreprises de l'échantillon

	Fréquence	Pourcentage
Entreprise indépendante	56	54,9
Filiale d'un groupe français	25	24,5
Filiale d'un groupe étranger	21	20,6
Total	102	100,0

Les décisions de localisation sont des décisions rares pour la majorité des entreprises de l'échantillon

Le niveau d'expérience en matière de décision de localisation constitue une caractéristique particulièrement importante des entreprises de l'échantillon. En effet, dans le cadre de décisions stratégiques caractérisées par une ambiguïté forte, telles que les décisions de localisation, son expérience passée peut permettre à une entreprise la mise en place de procédures destinées à guider et faciliter la prise de décision (Mintzberg et alii, 1976). De manière générale, la littérature pose que les décideurs néophytes tendent, du fait de leur manque d'expérience de ce type de situation de décision, à moins fonder leurs choix de localisation sur un raisonnement économique (Méchin, 2001) Il est donc intéressant de disposer d'indicateurs permettant d'évaluer ce niveau d'expérience au sein des entreprises répondantes. Dans cette perspective, il était demandé aux répondants d'indiquer le nombre de décisions de localisation mises en œuvre par leur entreprise en France, d'une part, et à l'étranger d'autre part, dans les dix années ayant précédé l'enquête.

Au vu du tableau 3.5, les entreprises de l'échantillon disposent de niveaux globaux d'expérience générale très hétérogènes dans ce domaine. En effet, plus d'un tiers d'entre elles n'ont mis en œuvre aucune décision de cette nature (hormis la décision étudiée) dans les 10 années qui ont précédé l'enquête. Ces résultats tendent à confirmer que les décisions de

localisation sont des événements rares pour la plupart des entreprises, en particulier dans les secteurs industriels (Hayter, 1997). A l'inverse, prés d'un quart des entreprises ont mis en œuvre, durant cette même période, cinq décisions de localisation ou plus et ont ainsi pu accumuler une certaine expérience en la matière. Il sera donc intéressant d'évaluer les effets que ces niveaux d'expérience différenciés peuvent avoir sur le processus de prise de la décision de localisation.

Ces divergences se retrouvent à l'échelle du territoire français. En effet, la plus grande partie des entreprises (prés de 40% de l'échantillon) ne dispose, à cette échelle géographique, d'aucune expérience récente à faire valoir. A l'opposé, les décisions de localisation en France surviennent avec une fréquence beaucoup plus importante pour une minorité des entreprises de l'échantillon, 17 d'entre elles ayant été confrontées plus de 5 fois à cette situation dans les 10 années précédentes.

A l'échelle internationale, il est frappant de constater la faiblesse générale du niveau d'expérience des entreprises répondantes. Etant donné que très peu d'entreprises ont une expérience récente en matière de décision de localisation à cette échelle, il nous a semblé plus pertinent de procéder à un regroupement de modalités afin d'obtenir une variable binaire. Le tableau 3.6 indique ainsi que plus des trois quarts des entreprises de l'échantillon n'ont mis en œuvre aucune décision de localisation à l'étranger dans les dix années ayant précédé l'enquête. De manière plus détaillée, il faut cependant signaler l'existence d'un groupe de 9 entreprises qui se distingue par le nombre important des décisions de localisation (cinq décisions ou plus) qu'elles ont mis en œuvre sur 10 ans à cette échelle.

Tableau 3.6 : Nombre de décisions de localisation mises en œuvre par les entreprises répondantes dans les 10 années précédant l'enquête

	Fréquence	Pourcentage
Nombre total de décisions de localisation mises en œuvre		
Aucune décision	36	35,3
De une à quatre décisions	42	41,2
Cinq décisions et plus	24	23,5
Nombre de décisions de localisation mises en œuvre en France		
Aucune décision	40	39,2
De une à quatre décisions	45	44,1
Cinq décisions et plus	17	16,7
Nombre de décisions de localisation mises en œuvre à l'étranger		
Aucune décision	78	76,5
Au moins une décision	24	23,5
Total	102	100,0

Les tris croisés réalisés ensuite indiquent que la fréquence avec laquelle les entreprises sont confrontées à ce type bien spécifique de situations de décision est très fortement corrélée avec leur taille.

Le croisement de la variable « Nombre total de décisions de localisation mises en œuvre dans les 10 années précédant l'enquête » avec les classes de taille d'entreprises démontre ainsi l'existence d'une liaison forte entre ces deux variables. Globalement, plus les entreprises sont grandes, plus le nombre de décisions de localisation auxquelles elles ont été confrontées dans les 10 années qui ont précédé l'enquête est élevé (tableau 3.7). Le croisement avec le nombre de décisions de localisation mises en œuvre sur le territoire français donne des résultats significatifs et de nature similaire.

Tableau 3.7 : Nombre total de décisions de localisation mises en œuvre dans les 10 années précédant l'enquête et taille des entreprises

	Aucune décision	De une à quatre décisions	Cinq décisions et plus	Total	Valeur du chi-deux
Petites Entreprises	63,3%	36,7%	0%	100% (30)	35,230**
Entreprises moyennes	40,6%	46,9%	12,5%	100% (32)	
Grandes entreprises	10%	40%	50%	100% (40)	
Total	35,3%	41,2%	23,5%	100% (102)	

** Chi-deux significatif à 99%

Une opposition particulièrement tranchée apparaît entre PME et grandes entreprises françaises en ce qui concerne les choix de localisation à l'étranger. En effet, le tableau 3.8 indique pour sa part que très peu de PME de l'échantillon disposent d'une expérience récente en matière de décisions d'implantation en propre à l'international. En revanche, prés de la moitié des grandes entreprises de l'échantillon ont récemment mis en œuvre au moins une décision de localisation hors du territoire français.

Tableau 3.8 : Nombre de décisions de localisation mises en œuvre à l'étranger dans les 10 années précédant l'enquête et taille des entreprises

	Aucune décision	Au moins une décision	Total	Valeur du chi-deux
Petites Entreprises	90%	10%	100% (30)	16,863**
Entreprises moyennes	90,6%	9,4%	100% (32)	
Grandes entreprises	55%	45%	100% (40)	
Total	76,5%	23,5%	100% (102)	

** Chi-deux significatif à 99%

Un croisement similaire effectué avec la variable « structure de propriété de l'entreprise » n'a pas donné de résultats significatifs et indique que les entreprises indépendantes familiales de l'échantillon n'ont pas mises en œuvre, durant la période étudiée, moins de décisions de localisation à l'international que les filiales de groupe. Ce constat entre en contradiction avec l'idée avancée par Basly (2002) selon laquelle les entreprises familiales seraient plus réticentes que les autres à développer leurs activités à l'international.

1.1.2. Les caractéristiques des répondants

Le questionnaire a permis la collecte d'informations sur quelques caractéristiques personnelles ciblées des répondants. Les questions posées sur ce point étaient avant tout destinées à s'assurer que le répondant avait effectivement pris une part active dans le processus de décision étudié et que, en conséquence, ses réponses reflétaient réellement son expérience et sa connaissance personnelle du processus en question.

Une prédominance attendue des fonctions stratégiques

Les répondants étaient invités, sous la forme d'une question ouverte, à indiquer la fonction qu'ils occupaient au sein de leur entreprise au moment de l'enquête. Devant la diversité des réponses apportées à cette question, les fonctions occupées par les répondants ont été regroupées en six catégories :

- la catégorie « direction générale » regroupe les Présidents-Directeurs-Généraux / Gérants / Présidents du directoire (selon le statut juridique de l'entreprise répondante), les directeurs généraux ainsi que les responsables administratifs ;
- la catégorie « direction fonctionnelle » comprend les directeurs des ressources humaines, les directeurs de la production, les directeurs de la recherche et développement, les directeurs de la stratégie (quelle que soit leur appellation : Directeur des études, du plan…) ainsi que les directeurs commerciaux et assimilés (responsables après-vente, responsables des relations avec la clientèle..) ;
- la catégorie « responsables locaux » regroupe d'une part les directeurs régionaux et, d'autre part, les responsables de sites directement concernés par la décision de localisation;
- les deux catégories suivantes, « direction de division » et « direction immobilière » ne sont pas agrégées et ne nécessitent de ce fait pas d'explication particulière quant à leur formation. Nous avons choisi de singulariser les directeurs immobiliers car ceux-ci, lorsqu'ils existent, sont spécifiquement en charge, au travers des questions immobilières,

des aspects spatiaux de la gestion de l'entreprise à laquelle ils appartiennent (Ledoit, 1998) ;

- enfin, la catégorie « Autres » comprend quatre assistantes de direction et, dans un cas, la responsable de la communication institutionnelle de l'entreprise répondante.

La lecture du tableau 3.9 montre la très forte prédominance des répondants occupant des fonctions de direction générale (prés de 70% du total des répondants). La décision finale de localisation étant généralement prise au sommet stratégique de l'entreprise (Aydalot, 1985), les individus occupant des postes de ce niveau ont donc, selon toute vraisemblance, une connaissance intime du processus de décision étudié.

En ce qui concerne les autres fonctions représentées dans l'échantillon, les nombreux contacts téléphoniques que nous avons eus avec les répondants nous ont permis de constater que le questionnaire avait été transmis, dans la quasi-totalité des cas, à une personne qui avait été directement et fortement impliquée dans la prise de la décision de localisation étudiée. Les réponses apportées aux questionnaires peuvent donc être considérées comme fiables en ce sens qu'elles sont le fait de répondants très bien informés. Ce jugement vaut également pour les assistantes de direction dont nous avons pu constater le très bon niveau d'information. Les personnes occupant ces postes ont en outre l'avantage de bien connaître, de par leur position charnière dans l'entreprise, à la fois le point de vue de la direction de l'entreprise et celui des salariés concernés.

Tableau 3.9 : Les fonctions occupées par les répondants

	Fréquence	Pourcentage
Direction générale	70	68,6
Direction fonctionnelle	14	13,7
Responsables locaux	8	7,8
Direction de division / branche / filiale	3	2,9
Direction immobilière	2	2,0
Autres	5	4,9
Total	102	100,0

Des répondants a priori bien informés sur les décisions étudiées

L'ancienneté des répondants dans l'entreprise et dans la fonction qu'ils occupaient à la date de l'enquête varie fortement d'un cas à un autre (tableau 3.10). Toutefois, nombre de répondants étaient présents dans leur entreprise depuis plus de 10 ans à la date de l'enquête.

D'autre part, les répondants ayant renseigné les questionnaires étaient tous présents dans l'entreprise et, à quelques rares exceptions prés, dans leur fonction actuelle à la date de prise de la décision de localisation étudiée. De ce point de vue aussi, les réponses au questionnaire peuvent donc être considérées comme fiables.

Tableau 3.10 : Ancienneté des répondants dans leur entreprise et dans leur fonction

	N	Ancienneté minimum	Ancienneté maximum	Ancienneté moyenne	Ecart type
Ancienneté dans l'entreprise	95	1 ans	40 ans	11,3 ans	8,7 ans
Ancienneté dans la fonction	95	3 mois	25 ans	7,1 ans	5,9 ans

1.2. Les caractéristiques des situations de décision étudiées

1.2.1. Des décisions de localisation de natures variées

Le contexte stratégique des décisions de localisation

De nombreux répondants ont donné des réponses multiples à la question portant sur le contexte stratégique dans lequel la décision de localisation étudiée est intervenue (dans le questionnaire, partie 1, question 2, voir annexe 1.2.). Ces réponses multiples ne permettent pas de distinguer les cas où la décision de localisation est intervenue dans un contexte de développement des activités existantes de l'entreprise de ceux correspondant à un contexte de réorganisation (sans qu'il y ait alors nécessairement croissance du volume d'activité de l'entreprise) de ces activités existantes.

Il a donc été décidé de coder les réponses à cette question sous forme binaire selon que la case correspondant à un contexte de diversification des activités de l'entreprise avait ou non été cochée. En effet, selon Hayter (1997), lorsque la décision de localisation s'insère dans une stratégie de diversification de l'entreprise vers de nouveaux marchés ou dans de nouvelles gammes de produits, la conjonction du choix d'une nouvelle localisation et du développement d'une activité nouvelle pour l'entreprise est de nature à accroître l'incertitude et l'ambiguïté qui lui sont associées et, en conséquence, le recours à des comportements de préférence pour des aires géographiques connues (Delios et Henisz, 2001).

De ce point de vue, le tableau 3.11 indique que la grande majorité des décisions de localisation de l'échantillon (plus de 80%) s'inscrivent dans le cadre du développement ou de la réorganisation des activités existantes de l'entreprise. Néanmoins, prés de 18% des décisions étudiées s'inscrivent dans un contexte de diversification. Ce pourcentage nous paraît

suffisamment significatif pour conserver cette variable en qualité de variable illustrative dans les traitements statistiques multivariés réalisés ultérieurement.

Tableau 3.11 : Le contexte stratégique de la décision de localisation

	Fréquence	Pourcentage
Développement et/ou réorganisation des activités existantes	83	81,4
Diversification	18	17,6
Non-réponse	1	1,0
Total	102	100,0

Des décisions n'intervenant que pour moitié dans un contexte de croissance de l'entreprise

Les décisions de localisation sont souvent analysées, dans la littérature, comme une modalité particulière de croissance interne de l'entreprise (Koenig, 1989). L'analogie entre le choix d'une nouvelle localisation par une entreprise et l'entrée sur un nouveau marché, utilisée notamment par Greve (2000)**,** s'inscrit dans une perspective similaire associant décision de localisation et croissance en volume de l'activité de l'entreprise concernée.

Le tableau 3.12 indique que les décisions de localisation de l'échantillon ont été prises dans des contextes stratégiques beaucoup plus variés. En effet, seules 53% des décisions de localisation étudiées s'inscrivent dans un contexte de croissance de l'entreprise, celle-ci étant mesurée par la croissance de son effectif salarié. A l'inverse, prés de la moitié d'entre elles n'ont pas eu d'effet significatif sur le niveau de l'effectif salarié de l'entreprise dans son ensemble, très peu de décisions correspondant à une diminution de cet effectif.

Ce contraste apparent avec les présupposés de la littérature est sans aucun doute lié au fait que, à quelques exceptions prés (Romo et Schwartz, 1995), les recherches existantes se focalisent sur les décisions de localisation représentant des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités (ou considérées comme telles) alors que les décisions de localisation de notre échantillon sont de natures beaucoup plus diverses, incluant notamment une majorité de transferts d'activité depuis des sites existants (voir plus loin, le tableau 3.13).

Par ailleurs, la création d'un nouveau site de petite taille (en particulier lorsqu'il accueille moins de 10 salariés après un an d'existence) n'affecte pas de manière significative l'effectif total d'une grande entreprise et n'apparaîtra donc pas, dans les données d'enquête, comme une opération de croissance interne, quand bien même cela serait effectivement le cas.

Tableau 3.12 : Sens de variation de l'effectif salarié de l'entreprise lors de l'entrée en activité du nouveau site

	Fréquence	Pourcentage
Accroissement	53	52,0
Stabilité (+ ou – 5%)	47	46,1
Diminution	2	2,0
Total	102	100,0

Une prédominance des opérations de transferts d'activités

En ce qui concerne les types de décisions de localisation, le questionnaire proposait un nombre important d'items (7 au total). La conservation de tous les items initialement proposés aurait entraîné une trop grande dispersion des réponses. Nous avons donc procédé, en vue des analyses multivariées, à un regroupement de ces items initiaux en trois grandes catégories qui représentent, d'un point de vue analytique, des logiques différentes.

Ainsi, au sein des décisions de localisation correspondant à des transferts d'activités depuis un ou plusieurs sites existants de l'entreprise concernée, nous avons distingué les transferts ayant entraîné la fermeture ou la cession d'un ou de plusieurs des sites d'origine (ce que l'INSEE regroupe sous le qualificatif de transferts totaux, voir Delisle et Lainé, 1998) et les transferts n'ayant entraîné aucune fermeture ni cession parmi les sites d'origine (les transferts partiels dans la terminologie de l'INSEE). En effet, dans le cas des transferts totaux, la décision de localisation est susceptible d'être tout autant influencée par les facteurs qui ont conduit l'entreprise à fermer le ou les sites d'origine (fin d'un bail commercial, manque d'espace, problèmes de circulation..) que par les caractéristiques propres de la nouvelle localisation (Van Dijk et Pellenbarg, 2000). Tel n'est pas le cas pour les décisions correspondant à des transferts partiels d'activités.

Le tableau 3.13 montre une prédominance numérique très nette, dans l'échantillon, des décisions de localisation par transferts d'activités totaux ou partiels. Celles-ci représentent en effet, au total, prés de 70% des cas étudiés. Dans le cadre de cet échantillon, les décisions de localisation correspondant à des créations de nouvelles capacités du point de vue de l'entreprise apparaissent donc comme un phénomène nettement minoritaire.

Tableau 3.13 : Répartition des décisions de localisation par type

	Fréquence	Pourcentage
Transfert avec fermeture ou cession du ou des sites d'origine *(transfert total)*	48	47,1
Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	31	30,4
Transfert sans fermeture ni cession du ou des sites d'origine *(transfert partiel)*	23	22,5
Total	102	100,0

Le tableau 3.14 montre que, logiquement, la très large majorité des décisions de localisation correspondant à des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités se traduisent par un accroissement de l'effectif salarié de l'entreprise. En revanche, la majorité des décisions de localisation correspondant à des transferts d'activité, totaux ou partiels, n'ont pas d'effet notable sur l'effectif salarié de l'entreprise concernée. Les décisions de ce type s'insèrent donc plutôt dans des logiques de réorganisation, voire de restructuration, de ses activités existantes que l'entreprise met en œuvre afin de s'ajuster aux évolutions de son environnement.

Tableau 3.14 : Types de décision de localisation et sens de variation de l'effectif salarié de l'entreprise

	Accroissement de l'effectif salarié	Stabilité de l'effectif salarié	Diminution de l'effectif salarié	Total	Valeur du chi-deux
Transfert total	34,8%	60,9%	4,3%	100% (48)	18,767**
Transfert partiel	39,6%	58,3%	2,1%	100% (31)	
Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	83,9%	16,1%	0%	100% (23)	
Total	52%	46,1%	2%	100% (102)	

** Chi-deux significatif à 99%

Une très large majorité de décisions de localisation déjà mises en œuvre à la date de l'enquête

Le tableau 3.15 permet de constater que, dans plus de 90% des cas, le site nouvellement implanté était effectivement entré en activité à la date de l'enquête. Ces informations sont particulièrement utiles pour la construction du plan d'exploitation des données (voir partie 2, chapitre 2) puisque seules les entreprises ayant effectivement mis en service leur nouveau site à la date de l'enquête étaient en mesure de renseigner la question sur la nature des difficultés rencontrées dans le fonctionnement de ce nouveau site (dans le

questionnaire, partie 5, question 5, voir annexe 1.2.) et pourront, de ce fait, être intégrées dans les traitements statistiques multivariés incluant les réponses à cette question.

Tableau 3.15 : Le site nouvellement implanté était-il entré en activité à la date de l'enquête ?

	Fréquence	Pourcentage
Oui	94	92,2
Non	8	7,8
Total	102	100,0

Des décisions récentes

Le mode de sélection des décisions de localisation visait à assurer que celles-ci avaient été prises le plus récemment possible afin de limiter les éventuels biais de mémoire des répondants. Cette assurance ne pouvait cependant être totale a priori puisque les sources utilisées pour constituer la population d'entreprises enquêtées ne fournissaient, à l'échelle française, que la date d'entrée en service effective du site nouvellement implanté et, à l'échelle internationale, au mieux une date prévisionnelle d'entrée en service.

Les réponses apportées au questionnaire permettent cependant de calculer, pour les sites entrés en activité à la date de l'enquête, la date à laquelle le choix final de la nouvelle localisation est survenu. Ce calcul s'effectue en retranchant de la date d'entrée en service du site (partie 1, question 1), le délai qui s'est écoulé entre le moment où la localisation du nouveau site a été choisie et ladite date d'entrée en service (partie 5, question 5).

Pour les décisions non encore mises en œuvre à la date de l'enquête, nous avons daté la prise de la décision à l'année en cours au moment de l'enquête (c'est-à-dire 2002) et, pour les décisions de localisation à l'international, l'année de leur annonce dans la presse.

Le tableau 3.16 indique que les trois-quarts des décisions de l'échantillon ont été prises dans les trois ans qui ont précédé l'enquête. Seules quelques rares décisions ont été prises plus de 3 ans avant l'enquête. La plus ancienne d'entre elles date de 1994 et fait figure d'exception. Le fait que les décisions de localisation étudiées soient en majorité récentes, donc fraîches dans l'esprit des répondants est un gage supplémentaire de fiabilité des réponses apportées au questionnaire.

Tableau 3.16 : Dates de prise de la décision de localisation

	Fréquence	Pourcentage
2002	13	12,7
2001	39	38,2
2000	35	34,3
1999 ou antérieure	15	14,7
Total	102	100,0

1.2.2. Les caractéristiques du nouveau site

Une prédominance des sites de production industrielle

La question 7 de la première partie du questionnaire était construite de manière à pouvoir identifier aisément la nature de l'activité principale du nouveau site. Néanmoins, les réponses apportées à cette question n'ont pas toutes été aussi claires que ce qui était attendu puisqu'un certain nombre de répondants ont indiqué simultanément plusieurs activités principales pour le nouveau site par rapport auquel ils avaient rempli le questionnaire (voir partie 2, chapitre 2). Dans la plupart des cas, les activités principales multiples comprenaient une activité de production de biens associée à une activité de logistique et stockage, une activité de Recherche et Développement ou encore à une activité de nature commerciale. Les contacts téléphoniques et les entretiens que nous avons eus avec certains des répondants concernés nous ont conduit à réintégrer ces observations dans la catégorie « production de biens ».

D'autre part, lorsque le nouveau site était l'unique site de l'entreprise (dans 12 cas sur 102, voir plus loin, tableau 3.19) son activité principale a été déterminée à partir de l'activité principale exercée (APE) par l'entreprise dans la nomenclature NAF. Ainsi, le site unique d'une entreprise industrielle a été classé dans la catégorie « production de biens » et le site unique d'une entreprise de services dans la catégorie « production de services ».

Enfin, la très grande dispersion des réponses a conduit à procéder à des regroupements par rapport à la liste d'items initialement proposée aux répondants :

- les items « production de services » et « marketing, fonctions commerciales et/ou de support client » ont ainsi été regroupés dans une catégorie synthétique intitulée « services » ;
- une catégorie « tertiaire industriel supérieur » a également été créée pour regrouper les sites accueillant, au sein d'entreprises industrielles, des activités d'administration générale associées avec des activités commerciales et/ou des activités de recherche et développement.

Le tableau 3.17 indique que plus de la moitié des décisions de localisation étudiées concernaient des sites de production de biens. Les décisions de localisation de sites de services sont également bien représentées puisqu'elles constituent un tiers de l'échantillon. Les décisions concernant d'autres types de site sont présentes en nombre beaucoup plus restreint. Nous avons malgré tout choisi de les individualiser dans les traitements statistiques ultérieurs en raison des particularités que la littérature reconnaît aux logiques de choix de localisation les concernant.

Tableau 3.17 : Répartition des nouveaux sites en fonction de leur activité principale

	Fréquence	Pourcentage
Production de biens	52	51,0
Services	35	34,3
Logistique et stockage	7	6,9
Tertiaire industriel supérieur	5	4,9
R&D	3	2,9
Total	102	100,0

Une proportion significative de sièges sociaux

Comme cela a été signalé dans le chapitre 2 de la partie 2, la requête d'extraction réalisée dans le fichier SIRENE avait été conçue de manière à exclure d'emblée les décisions de localisation concernant les sièges sociaux. Malgré ces précautions, un pourcentage significatif, bien que limité, des décisions de localisation de l'échantillon concerne des sièges sociaux (tableau 3.18). Cela est notamment dû à la présence, dans l'échantillon, d'entreprises mono-sites (voir plus loin, tableau 3.21). Cette variable devra donc être prise en compte dans les analyses statistiques effectuées ultérieurement.

Tableau 3.18 : Le nouveau site est-il le siège social de l'entreprise ?

	Fréquence	Pourcentage
Non	84	82,4
Oui	18	17,6
Total	102	100,0

Une variété intéressante dans la taille des nouveaux sites

La taille des nouveaux sites est mesurée au travers de leur effectif salarié (réalisé ou prévu selon les cas) un an après leur entrée en activité. Ce délai a été choisi car il correspond à un délai de mise en route considéré comme normal pour les sites de production industrielle. Le choix de cette date n'est toutefois pas exempt d'arbitraire. Ainsi, certaines nouvelles unités de production industrielle sont construites en plusieurs tranches successives dont l'entrée en activité peut s'étaler sur une période de plusieurs années. La mesure utilisée ici peut donc conduire à sous-estimer, pour certains projets industriels, la taille du nouveau site par rapport à celle que la direction de l'entreprise a envisagée initialement.

Le tableau 3.19 montre que les nouveaux sites de l'échantillon se répartissent de manière relativement équilibrée entre les différentes classes de taille utilisées[56]. La seule exception concerne les sites de très grande taille (plus de 250 salariés), qui sont rares dans le monde de l'entreprise français considéré dans son ensemble et qui ne concernent, fort logiquement, que les grandes entreprises.

Tableau 3.19 : Répartition des nouveaux sites par classe de taille

	Fréquence	Pourcentage
De 1 à 9 salariés	36	35,3
De 10 à 49 salariés	37	36,3
De 50 à 249 salariés	23	22,5
250 salariés et plus	5	4,9
Non-réponse	1	1
Total	102	100,0

La taille des nouveaux sites de l'échantillon est fortement corrélée avec leur activité principale (tableau 3.20). Les catégories de sites les plus typées de ce point de vue sont :

- d'un côté, les sites de services, de recherche et développement et de logistique et stockage qui accueillent (ou accueilleront) tous, à quelques rares exceptions prés, moins de 50 salariés un an après leur entrée en service ;

[56] Les classes de taille utilisées ici reprennent, de manière plus détaillée pour les sites de plus petite taille, les classes de taille utilisées pour l'effectif total des entreprises (voir le tableau 3.4).

- de l'autre côté, les sites de tertiaire industriel supérieur qui accueillent, dans 4 cas sur 5, plus de 50 salariés (et même, pour 3 d'entre eux, plus de 250 salariés) à cette même date.

Les sites de production de biens sont en revanche répartis de manière relativement égale entre les trois premières classes de taille.

Tableau 3.20 : Croisement entre la taille et l'activité principale du nouveau site

	De 1 à 9 salariés	De 10 à 49 salariés	De 50 à 249 salariés	250 salariés et plus	Total	Valeur du chi-deux
Production de biens	25,5%	31,4%	41,2%	2%	100% (51)	
Services	51,4%	45,7%	0%	2,9%	100% (35)	
Tertiaire industriel supérieur	20%	0%	4,3%	60%	100% (5)	
R&D	33,3%	66,7%	0%	0%	100% (3)	57,000**
Logistique et stockage	42,9%	42,9%	14,3%	0%	100% (7)	
Total	35,6%	36,6%	22,8%	5%	100% (101)	

** Chi-deux significatif à 99%

Une domination numérique des « petits » sites par rapport à la taille de l'entreprise

La part du nouveau site dans l'effectif salarié total de l'entreprise constitue un indicateur de l'importance stratégique de la décision de localisation. Cette variable a été calculée en effectuant le rapport entre l'effectif du nouveau site un an après son entrée en activité et l'effectif de l'ensemble de l'entreprise à cette même date, ces deux chiffres ayant été demandés aux répondants dans le questionnaire.

Le tableau 3.21 souligne la prédominance, dans l'échantillon, des sites représentant, un an après leur entrée en service, moins de 10% de l'effectif salarié des entreprises concernées. Plus généralement, prés des trois-quarts des nouveaux sites accueillaient moins de la moitié de l'effectif salarié de l'ensemble de l'entreprise un an après leur entrée en activité.

Par ailleurs, il faut noter que les choix de localisation de sites uniques représentent plus de 10% de l'échantillon. Ces cas ont été regroupés dans une classe spécifique en raison des contraintes particulières qu'ils posent aux décideurs (Barkley et McNamara, 1994 ; Romo et Schwartz, 1995).

Enfin, au sein de l'échantillon, il existe une très forte corrélation entre taille de l'entreprise et part du nouveau site dans son effectif total. Ainsi, les décisions de localisation de sites uniques tout comme celles de sites accueillant plus de la moitié de l'effectif total de l'entreprise ne concernent, à une exception prés, que des PME.

Tableau 3.21 : La part du nouveau site dans l'effectif salarié de l'ensemble de l'entreprise

	Fréquence	Pourcentage
Site unique (100% de l'effectif total)	12	11,8
De 50% à 99%	13	12,7
De 10% à 49%	32	31,4
Moins de 10%	44	43,1
Non-réponse	1	1,0
Total	102	100,0

Des nouveaux sites disposant majoritairement de moins de 25% d'ingénieurs et de cadres

Le tableau 3.22 montre qu'une large majorité des nouveaux sites créés (prés de 65 %) comptent moins de 25 % d'ingénieurs et de cadres dans leur effectif un an après leur entrée en activité. A l'opposé, une minorité significative de ces nouveaux sites compte plus de 50% d'ingénieurs et cadres dans leur effectif.

Tableau 3.22 : Pourcentage d'ingénieurs et cadres dans l'effectif salarié du nouveau site

	Fréquence	Pourcentage
50% et plus	23	22,5
De 25 à 49%	12	11,8
De 10 à 24%	34	33,3
Moins de 10%	31	30,4
Non-réponses	2	2,0
Total	102	100,0

Ces divergences dans les pourcentages d'ingénieurs et de cadres dans l'effectif salarié des nouveaux sites de l'échantillon s'expliquent, comme le montrent les tableaux 3.23 et 3.24, à la fois par la nature des activités principales de ces sites et par l'intensité technologique de l'activité des entreprises auxquelles ils appartiennent.

On note ainsi, à la lecture du tableau 3.23, que prés de la moitié des sites ouverts par des entreprises appartenant à des secteurs de haute technologie comptent plus de 25% d'ingénieurs et de cadres dans leur effectif salarié. A l'inverse, cette catégorie de salarié représente moins de 25% de l'effectif des nouveaux sites ouverts par des entreprises de secteurs à faible intensité technologique.

Tableau 3.23 : Pourcentage d'ingénieurs et cadres dans l'effectif salarié du nouveau site et type de secteurs d'activité des entreprises de l'échantillon

	50% et plus	De 25 à 49%	De 10 à 24%	Moins de 10%	Total	Valeur du chi-deux
Secteurs de haute technologie	35,7%	14,3%	32,1%	17,9%	100% (55)	16,720**
Secteurs à faible intensité technologique	6,8%	9,1%	36,4%	47,7%	100% (45)	
Total	23%	12%	34%	31%	100% (100)	

** Chi-deux significatif à 99%

Le tableau 3.24 indique de son côté que 86% des sites de production de biens ainsi que la quasi-totalité des sites de logistique et stockage comptent moins de 25% d'ingénieurs et de cadres dans leur effectif. A l'inverse, l'effectif de la majorité des sites de services et de la totalité des sites de tertiaire industriel supérieur et de R&D compte plus de 25% d'ingénieurs et de cadres.

Tableau 3.24 : Pourcentage d'ingénieurs et cadres dans l'effectif salarié du nouveau site et activité principale du nouveau site

	50% et plus	De 25 à 49%	De 10 à 24%	Moins de 10%	Total	Valeur du chi-deux
Production de biens	8%	6%	50%	36%	100% (50)	46,446**
Services	40%	14,3%	25,7%	20%	100% (35)	
Tertiaire industriel supérieur	40%	60%	0%	0%	100% (5)	
R&D	66,7%	33,3%	0%	0%	100% (3)	
Logistique et stockage	14,3%	0	0	85,7%	100% (7)	
Total	23%	12%	34%	31%	100% (100)	

** Chi-deux significatif à 99%

Une prédominance logique des établissements sans personnalité juridique propre

Le tableau 3.25 indique une prédominance très forte, parmi les sites nouvellement implantés, des établissements sans personnalité juridique propre. Il ne s'agit pas là d'une véritable surprise puisque, à l'échelle française, la base de sondage a été construite à partir du fichier SIRENE **des établissements** (voir partie 2, chapitre 2). Il est donc logique de constater que, dans l'échantillon, la plupart des sites créés avec statut de filiale le sont dans le cadre de décisions de localisation à l'international.

Compte tenu des différences dans les sources utilisées pour la constitution de la base de sondage à l'échelle française et à l'échelle internationale, cette variable n'est pas très significative et ne sera pas, pour cette raison, retenue dans les traitements statistiques réalisés ultérieurement.

Tableau 3.25 : Répartition des nouveaux sites par statut juridique

	Fréquence	Pourcentage
Etablissement sans personnalité juridique propre	79	77,5
Filiale de l'entreprise	22	21,6
Non-réponse	1	1,0
Total	102	100,0

Une majorité d'implantations dans des locaux ou bâtiments loués

Les items proposés dans la question concernant la nature de l'investissement immobilier réalisé sur le nouveau site (partie 1, question 9 du questionnaire, voir annexe 1.2.) ont été regroupés en trois grandes catégories. Ces trois catégories correspondent pour l'entreprise à la fois à des niveaux différents d'engagement financier et à des degrés distincts de spécificité des locaux occupés (au sens de la spécificité des actifs de Williamson, 1985). Ainsi, une opération de location de locaux existants représente un engagement financier minime. En outre, les locaux loués sont souvent des locaux banals. A l'inverse, l'acquisition d'un terrain et la construction d'un bâtiment en « compte propre » (Nappi-Choulet, 1999) nécessite un engagement de ressources financières important de la part de l'entreprise mais lui permet de disposer de bâtiments correspondant précisément à ses besoins spécifiques.

D'autre part, certains répondants ont indiqué dans le questionnaire que le ou les bâtiments accueillant le nouveau site avaient fait l'objet d'une opération de crédit-bail. Ces opérations ont été intégrées à la catégorie « achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s) ». En effet, même si le crédit-bail correspond, dans son principe, à une opération de location de longue durée avec option d'achat, il est généralement utilisé, dans l'industrie, comme un moyen de financement d'opérations de construction de bâtiments clés en main (Nappi-Choulet, 1999).

Le tableau 3.26 montre une nette préférence, parmi les entreprises de l'échantillon, pour la formule de la location de locaux ou de bâtiments existants pour leur nouveau site. Ce type d'opérations immobilières a en effet été choisi dans plus de 60% des cas. Par rapport à ce total, il faut souligner le nombre particulièrement faible de décisions de localisation impliquant l'acquisition de terrains et la construction de bâtiments par l'entreprise.

Tableau 3.26 : La nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site

	Fréquence	Pourcentage
Location de locaux/bâtiments existants	64	62,7
Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s)	24	23,5
Achat de locaux/bâtiments existants	13	12,7
Non-réponse	1	1,0
Total	102	100,0

De fait, cette dernière catégorie d'opération immobilière concerne presque exclusivement des sites de productions de biens (tableau 3.27). A l'inverse, les nouveaux sites de services, de R&D et de logistique et stockage de l'échantillon ont été installés à plus de 80% (100% pour les sites de R&D, il est vrai peu nombreux au sein de l'échantillon) dans des locaux loués.

Tableau 3.27 : Nature de l'opération immobilière et activité principale du nouveau site

	Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s)	Achat de locaux / bâtiments existants	Location de locaux / bâtiments existants	Total	Valeur du chi-deux
Production de biens	36,5%	21,2%	42,3%	100% (52)	23,825**
Services	5,9%	5,9%	88,2%	100% (34)	
Tertiaire industriel supérieur	40%	0%	60%	100% (5)	
R&D	0%	0%	100%	100% (3)	
Logistique et stockage	14,3%	0%	85,7%	100% (7)	
Total	23,8%	12,9%	63,4%	100% (101)	

** Chi-deux significatif à 99%

1.2.3. Les caractéristiques géographiques des localisations choisies

Une proportion significative d'implantations à l'étranger

Bien que l'échantillon comprenne des décisions de localisation à l'international, ces dernières sont nettement minoritaires au regard des décisions de localisation prises sur le territoire français. Cela n'a rien d'étonnant si l'on considère les tailles respectives des deux populations d'origine (71 décisions de localisation dans le premier cas, 1048 dans le second, voir chapitre 2, partie 2). Cependant, la présence notable de décisions de localisation à l'international dans notre échantillon est particulièrement intéressante puisqu'elle permet de

comparer, avec toutes les précautions qui s'imposent, les logiques de choix qui prévalent dans chacun des deux cas.

Tableau 3.28 : Répartition des décisions de localisation étudiées en fonction du lieu d'implantation du nouveau site

	Fréquence	Pourcentage
En France	87	85,3
A l'étranger	15	14,7
Total	102	100,0

Des différences sensibles dans les caractéristiques des décisions de localisation en France et à l'étranger

Sans surprise, la quasi-totalité des nouveaux sites implantés en France le sont en tant qu'établissement sans personnalité juridique propre alors que tous les sites implantés à l'étranger le sont, à une exception prés, en tant que filiale de l'entreprise concernée.

Tableau 3.29 : Lieu d'implantation du nouveau site et statut juridique du nouveau site

	Filiale	Etablissement sans personnalité juridique propre	Total	Valeur du chi-deux
En France	9,3%	90,7%	100% (86)	52,935**
A l'étranger	93,3%	6,7%%	100% (15)	
Total	21,8%	78,2%	100% (102)	

** Chi-deux significatif à 99%

Alors que la composition de l'échantillon en termes de taille des entreprises est équilibrée pour les décisions de localisation prise à l'intérieur du territoire français, le tableau 3.30 permet de constater que les décisions de localisation à l'étranger sont très majoritairement le fait de grandes entreprises.

Il convient de noter par ailleurs que 11 des 15 entreprises de l'échantillon ayant pris une décision de localisation à l'international ont déjà mis en œuvre au moins une autre décision de même nature dans les 10 années précédant l'enquête.

Tableau 3.30 : Lieu d'implantation du nouveau site et taille des entreprises de l'échantillon

	Petites entreprises	Entreprises moyennes	Grandes entreprises	Total	Valeur du chi-deux
En France	34,5%	34,5%	31%	100% (86)	17,094**
A l'étranger	0%	13,3%	86,7%	100% (15)	
Total	29,4%	31,4%	39,2%	100% (102)	

** Chi-deux significatif à 99%

Enfin, la très grande majorité des décisions de localisation à l'international de l'échantillon (13 cas sur 15) concerne des nouvelles unités de production industrielle (tableau 3.31). Elles se distinguent en cela du reste de l'échantillon. Ces différences sont attribuables en premier lieu aux divergences dans le mode de constitution de la population enquêtée aux deux échelles. La création d'une nouvelle usine représente en effet, du fait de sa traduction physique manifeste (notamment au travers de la construction de nouveaux bâtiments industriels) et de l'importance des enjeux financiers du projet, une opération plus visible aux yeux des acteurs extérieurs à l'entreprise, et tout spécialement des journalistes, que la création, par exemple, de nouveaux sites de services.

Tableau 3.31 : Lieu d'implantation du nouveau site et activité principale du nouveau site

	Production de biens	Services	Tertiaire industriel supérieur	R&D	Logistique et stockage	Total	Valeur du chi-deux
En France	44,8%	39,1%	5,7%	2,3%	8%	100% (86)	
A l'étranger	86,7%	6,7%	0%	6,7%	0%	100% (15)	11,209*
Total	51%	34,3%	4,9%	2,9%	6,9%	100% (102)	

* Chi-deux significatif à 95%

Les différentes caractéristiques spécifiques aux décisions de localisation à l'international qui viennent d'être mises en évidence rendent délicate, au sein de l'échantillon, la comparaison de ces observations avec les décisions prises en France. Lorsqu'une telle comparaison sera pratiquée, elle devra donc tenir compte de ces spécificités.

En guise de synthèse

Les caractéristiques des répondants et des décisions de localisation étudiées donnent de bonnes assurances quant à la qualité et à la fiabilité des données collectées.

D'autre part, l'échantillon de décisions présente une variété importante au regard des principales variables de contingence des logiques de choix de localisation mises en avant par la littérature. Cette variété demeure cependant dans des limites raisonnables si l'on considère l'importance des corrélations existant, au sein de l'échantillon, entre certaines de ces variables.

Les données d'enquête devraient ainsi permettre une bonne évaluation des effets des caractéristiques des entreprises, des sites nouvellement créés et de leur lieu d'implantation (en France/à l'étranger) sur les processus de recherche de nouvelles localisations suivis par les entreprises françaises de l'industrie et de l'édition de logiciels.

Chapitre 2 : Les caractéristiques du processus de décision de localisation

Présentation du chapitre

L'objet de ce chapitre est d'étudier, à partir des données d'enquête, les principales caractéristiques des processus de décision de localisation de l'échantillon.
Les données collectées sur ce thème sont en partie de nature qualitative. Les réponses aux questions sur le rôle des différents intervenants, internes et externes à l'entreprise, dans la prise de la décision de localisation ont en revanche été considérées comme des variables métriques.

En raison de leurs différences de nature, ces deux ensembles de variables ont été traités de manière séparée. Dans un premier temps, les caractéristiques objectives des processus de décision se rapportant à l'étendue de la recherche de la nouvelle localisation et au degré d'inertie spatiale qui caractérise la solution finalement retenue ont été analysées à l'aide de tris croisés et de tris à plat (2.1.). Dans un deuxième temps, les variables traduisant les perceptions des acteurs sur les processus décisionnels étudiés ont fait l'objet d'analyses univariées et bivariées (2.2.).
Des traitements statistiques multivariés ont ensuite été réalisés sur les variables concernant la nature et l'importance des différents intervenants dans la prise de décision, qui présentaient une certaine homogénéité thématique. La technique de l'Analyse en Composantes Principales a d'abord permis d'identifier de grandes dimensions synthétiques au sein des réponses recueillies sur ce thème (2.3.). Enfin, une analyse typologique a permis de dégager de l'ensemble des observations des profils différenciés de processus décisionnels (2.4.).

Il serait tentant, à l'image de ce que pratique la plupart des chercheurs s'intéressant aux décisions de localisation d'entreprises, d'entamer l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire par l'étude des facteurs de localisation utilisés comme critères de choix par les décideurs.

Toutefois, une bonne compréhension du sens à donner aux facteurs de localisation utilisés et à l'importance qui leur a été accordée par les entreprises répondantes requiert un minimum de connaissances du déroulement du processus de prise de décision dans lequel ces facteurs s'insèrent. Une telle connaissance constitue un préalable d'autant plus indispensable que le caractère rare et peu structuré des décisions de localisation pour les entreprises du champ étudié est à l'origine d'une très grande variété dans les processus décisionnels adoptés.

Ainsi, et de manière très schématique, les mêmes facteurs de localisation mis en avant par deux répondants ne devront pas être interprétés de la même manière si, dans un cas, le choix de localisation résulte d'un processus de recherche large, systématique et approfondi mené par une équipe de plusieurs personnes au sein de l'entreprise alors que, dans l'autre cas,

le choix de localisation résulte d'un processus de recherche limité et superficiel réalisé pour ainsi dire « sur le coin d'une table » par le seul PDG de l'entreprise qui a retenu le premier lieu d'implantation rencontré qui lui est apparu satisfaisant.

Le questionnaire a été conçu de manière à fournir les principaux éléments de connaissance des caractéristiques générales des processus décisionnels étudiés. Deux types de questions concourent à cet objectif :

- Tout d'abord, les parties 1 et 2 du questionnaire contenaient des questions fermées et des questions semi-ouvertes précodées permettant de recueillir des informations d'ordre factuel sur les caractéristiques objectives des processus de prise de décision étudiés (2.1.).
- Néanmoins, l'essentiel des questions se rapportant à ce thème se présentait sous la forme de questions avec échelles de notation. Ce format a permis le recueil des perceptions des répondants sur le déroulement du processus de décision. La partie 2 du questionnaire comportait ainsi un ensemble de questions se rapportant au rôle tenu dans ce processus décisionnel par différents acteurs internes et externes à l'entreprise (2.2.2.). En complément, il était demandé aux répondants, dans la partie 6, d'indiquer leur degré d'accord avec un ensemble de propositions concernant les caractéristiques générales du processus de recherche, par leur entreprise, du lieu d'implantation du nouveau site. Cinq de ces questions étaient destinées à compléter les informations fournies par les questions des parties 1 et 2 (2.2.1.).

Les réponses à la première catégorie de questions prennent la forme de variables nominales, ce qui restreint le champ des techniques statistiques qui leurs sont applicables. Elles ont de ce fait été utilisées comme variables illustratives dans le cadre des analyses typologiques réalisées ultérieurement sur les observations de l'échantillon. En revanche, les réponses aux questions sur échelles de notation ont été considérées, dans le cadre de cette thèse (voir partie 2, chapitre 2), comme des variables métriques, ce qui élargit considérablement l'éventail des techniques statistiques utilisables, en particulier en vue de la réalisation d'analyses multivariées.

2.1. Les caractéristiques objectives des processus de décision de localisation étudiés

2.1.1. L'étendue du processus de recherche du nouveau lieu d'implantation

a. Une aire géographique de recherche limitée d'emblée

La plupart des décisions de localisation de l'échantillon ont été prises à la suite de l'exploration d'une aire géographique de dimension limitée. Le tableau 3.32 indique en effet que, dans la majorité des cas, la recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site est restée cantonnée à une seule et même commune ou agglomération urbaine. A l'inverse, il convient de noter la très faible proportion de décisions ayant donné lieu à une recherche à l'échelle internationale (plusieurs pays ayant été, dans ce cas, pris en considération et leurs caractéristiques comparées).

Tableau 3.32 : L'échelle géographique de la recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site

	Fréquence	Pourcentage
A l'échelle d'une commune ou d'une agglomération urbaine	57	55,9
A l'échelle locale[57]	27	26,5
A l'échelle d'un pays	8	7,8
A l'échelle internationale	8	7,8
Pas de recherche	2	2,0
Total	102	100,0

La composition de l'échantillon diffère de manière significative de la composition des échantillons de décisions de localisation usuellement étudiés par économistes et géographes. Ceux-ci se donnent en effet pour objectif la production de prescriptions à destination des acteurs publics (états et collectivités locales) ou para-publics (agences de développement économique) afin de leur permettre d'améliorer leurs stratégies d'attraction de nouvelles entreprises industrielles sur le territoire dont ils ont la charge. En conséquence, ils limitent de manière plus ou moins explicite le champ de leurs recherches empiriques aux seules décisions de localisation inter-régionales et internationales, c'est-à-dire aux cas où l'ensemble de considération utilisé par les décideurs comprend plus d'une région (ou plus d'un état dans le cas américain, voir notamment Schmenner et alii, 1987 ; Barkley et McNamara, 1994, et

[57] Cet item regroupe les processus de recherche menés à l'échelle d'une région, d'un département et à toutes les échelles intermédiaires entre la région et la commune ou l'agglomération urbaine (communauté de communes, aire géographique définie par son rayon en kilomètres autour d'un point fixe…).

Hayter, 1997). Afin de rendre compte le plus fidèlement possible des problématiques de choix de localisation auxquelles les entreprises sont réellement confrontées, aucun parti pris de cette nature n'a présidé à la construction de la population étudiée dans le cadre de cette recherche (voir partie 2, chapitre 2). En conséquence, notre échantillon, au sein duquel les décisions inter-régionales et internationales sont très minoritaires (moins de 16% du total des observations) est probablement bien plus représentatif de l'ensemble des décisions de localisation effectivement mises en œuvre par les entreprises des secteurs de l'industrie manufacturière et de la réalisation de logiciels, bien que, encore une fois, cette représentativité ne puisse pas être statistiquement évaluée.

Cette diversité dans la composition de l'échantillon est en soi intéressante puisqu'elle est de nature à permettre la comparaison des choix de localisation découlant de processus de recherche limités à une aire géographique restreinte avec les choix résultant d'une recherche plus large géographiquement parlant.

Afin de faciliter la comparaison avec les résultats obtenus par les recherches antérieures, nous avons construit une variable binaire opposant d'un côté les cas où la recherche du nouveau lieu d'implantation a été réalisée à une échelle géographique inférieure ou égale à celle d'une région française (cette première modalité regroupe les items « A l'échelle d'une commune ou d'une agglomération urbaine », « A l'échelle locale » et « Pas de recherche » du tableau 3.32) et, de l'autre, les cas où la recherche du nouveau lieu d'implantation a dépassé les limites d'une région (cette deuxième modalité regroupe les items « A l'échelle d'un pays » et « A l'échelle internationale » du tableau 3.32).

Des tris croisés assortis de tests du chi-deux ont ensuite été réalisés entre cette variable agrégée et les différentes caractéristiques des observations présentées dans le chapitre précédent. Les résultats des croisements les plus significatifs sont présentés dans le tableau 3.33.

Ils apportent les premiers éléments de compréhension des circonstances qui conduisent les entreprises à élargir leur processus de recherche d'un nouveau lieu d'implantation au-delà d'une seule et même région.

Tableau 3.33 : Tris croisés avec la variable binaire « échelle géographique de la recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site »

Echelle géographique de la recherche :	A une échelle infra-régionale	A une échelle inter-régionale	Total	Valeur du chi-deux
Croisement avec le lieu d'implantation du nouveau site				
En France	92%	8%	100%(87)	26,111**
A l'étranger	40%	60%	100%(15)	
Total	**84,3%**	**15,7%**	**100%(102)**	
Croisement avec la nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site				
Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s)	83,3%	16,7%	100%(24)	18,776**
Achat de locaux/bâtiments existants	53,8%	46,2%	100%(13)	
Location de locaux/bâtiments existants	90,6%	9,4%	100%(64)	
Total	**84,2%**	**15,8%**	**100%(101)**	
Croisement avec l'effectif du nouveau site				
De 1 à 9 salariés	94,4%	5,6%	100%(36)	17,758**
De 10 à 49 salariés	91,9%	8,1%	100%(37)	
De 50 à 249 salariés	56,5%	43,5%	100%(23)	
250 salariés et plus	80%	20%	100%(5)	
Total	**84,2%**	**15,8%**	**100%(101)**	
Croisement avec la taille de l'entreprise				
Petites entreprises	96,7%	3,3%	100%(30)	10,979**
Entreprises moyennes	90,6%	9,4%	100%(32)	
Grandes entreprises	70%	30%	100%(40)	
Total	**84,3%**	**15,7%**	**100%(102)**	
Croisement avec l'activité principale du nouveau site				
Production de biens	71,2%	28,8%	100% (52)	13,955*
Services	97,1%	2,9%	100%(35)	
Tertiaire industriel supérieur	100%	0%	100%(5)	
R&D	100%	0%	100%(3)	
Logistique et stockage	100%	0%	100%(7)	
Total	**84,3%**	**15,7%**	**100%(102)**	
Croisement avec le type de décision de localisation				
Transfert partiel	78,3%	21,7%	100%(23)	6,269*
Transfert total	93,8%	6,3%	100%(48)	
Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	74,2%	25,8%	100%(31)	
Total	**84,3%**	**15,7%**	**100%(102)**	

** Chi-deux significatif à 99%
* Chi-deux significatif à 95%

Au total, pour plus de 90% des décisions de localisation mises en œuvre sur le territoire français, le processus de recherche n'a pas dépassé l'échelle géographique d'une région. Pour une majorité d'entre elles, ce processus de recherche s'est même limité à l'échelle d'une seule commune ou agglomération urbaine. A l'inverse, pour la majorité des implantations à l'étranger, plusieurs régions, voire même plusieurs pays, ont été pris en considération. Il convient de signaler que, dans 4 cas sur 15, les décisions de localisation à l'étranger font suite à une recherche très localisée.

Bien que la valeur du chi-deux qui lui est associée ne soit pas la plus élevée, le croisement avec la variable « activité principale du nouveau site » est celui qui offre les résultats les plus parlants. Il permet en effet de constater que, au sein de l'échantillon, la quasi-totalité (15 cas sur 16) des processus de recherche réalisés à une échelle inter-régionale concerne des sites de production industrielle. La significativité des croisements avec les variables « nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site » et « effectif du nouveau site » présentés dans le tableau 3.33 est directement liée à cette prédominance des sites de production de biens. En effet, au sein de l'échantillon, 21 des 23 nouveaux sites comptant entre 50 et 249 salariés un an après leur entrée en activité et 11 des 13 nouveaux sites installés dans des locaux ou des bâtiments achetés sont des sites de production industrielle.

Les données fournies par le tableau 3.33, considérées dans leur ensemble, permettent de dresser un profil-type assez précis des situations de décision dans lesquelles les entreprises élargissent leur recherche d'une nouvelle localisation au-delà des limites d'une seule région. Ces processus de recherche élargis sont essentiellement le fait de grandes entreprises souhaitant créer de nouveaux sites de production industrielle comptant entre 50 et 249 salariés après un an d'activité, au travers d'opérations d'achats de terrains et de construction de bâtiments adaptés à leurs besoins ou d'opérations d'achat de bâtiments ou de locaux d'activité existants. Ces décisions correspondent, soit à des transferts partiels d'activités depuis d'autres sites existants de l'entreprise concernée, soit à des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités.

b. Une remarquable faiblesse du nombre de lieux d'implantation potentiels sérieusement étudiés

Il était demandé, dans le questionnaire, le nombre de lieux d'implantation alternatifs « sérieusement étudiés » par les entreprises répondantes. Par l'expression « étudier sérieusement » un lieu d'implantation potentiel, nous entendions, dans le prolongement de Schmenner (1982), que les décideurs s'étaient déplacés, si ce n'est pour visiter les locaux ou

terrains visés, du moins pour en examiner l'aspect extérieur et l'environnement immédiat. Les contacts téléphoniques et les entretiens que nous avons eus avec les répondants ont montré que c'était bien ainsi qu'ils avaient interprété la formulation de cette question.

Tableau 3.34 : Nombre de lieux d'implantation potentiels sérieusement étudiés

	Fréquence	Pourcentage
Un lieu d'implantation	23	22,5
Entre 2 et 10 lieux d'implantation	79	77,5
Total	102	100,0

Les réponses apportées montrent la faiblesse du nombre de lieux d'implantation alternatifs sérieusement étudiés par les décideurs avant de procéder au choix final. En effet, dans 98% des cas, un maximum de 5 lieux d'implantation a été sérieusement envisagé[58]. La lecture du tableau 3.34 révèle même que, dans plus de 22% des cas, un seul lieu d'implantation a été sérieusement pris en considération. Ces situations sont particulièrement fréquentes, dans l'échantillon, lorsque le site concerné représente entre 50 et 100% de l'effectif total de l'entreprise et lorsqu'il s'agit de sites de Recherche et Développement (voir tableau 3.35). Par ailleurs, ce type de comportement n'est pas significativement plus fréquent parmi les PME de l'échantillon que parmi les grandes entreprises.

[58] Seuls deux répondants ont indiqué que leur entreprise avait sérieusement étudié entre 6 et 10 lieux d'implantation potentiels. Afin d'éviter d'éventuels biais liés au faible nombre d'occurrences de cet item, il a été regroupé avec l'item « entre 2 et 5 lieux d'implantation sérieusement étudiés ».

Tableau 3.35 : Tris croisés avec la variable « nombre de lieux d'implantation potentiels sérieusement étudiés »

Nombre de lieux d'implantation sérieusement étudiés :	Un lieu d'implantation	Entre 2 et 10 lieux d'implantation	Total	Valeur du chi-deux
Croisement avec l'activité principale du nouveau site				
Production de biens	21,2%	78,8%	100%(52)	
Services	20%	80%	100%(35)	
Tertiaire industriel supérieur	20%	80%	100%(5)	10,785*
R&D	100%	0%	100%(3)	
Logistique et stockage	14,3%	85,7%	100%(7)	
Total	**22,5%**	**77,5%**	**100%(102)**	
Croisement avec la part de l'effectif du nouveau site dans l'effectif total de l'entreprise				
Site unique	8,3%	91,7%	100%(12)	
De 50% à 99%	53,8%	46,2%	100%(13)	
De 10% à 49%	18,8%	81,3%	100%(32)	8,989*
Moins de 10%	20,5%	79,5%	100%(44)	
Total	**22,8%**	**77,2%**	**100%(101)**	

* Chi-deux significatif à 95%

A l'inverse, pour aucune des décisions de localisation de l'échantillon le nombre de lieux d'implantation sérieusement étudiés n'a dépassé 10 alors que cet item était initialement proposé aux répondants.

Les processus décisionnels étudiés ne diffèrent donc pas sensiblement en fonction de cette variable qui s'avère de ce fait d'un intérêt limité dans la perspective des traitements statistiques multivariés. Il sera en revanche intéressant d'étudier plus avant les raisons pour lesquelles 23 des entreprises répondantes n'ont pris en considération qu'un seul lieu d'implantation : Est-ce là le reflet de contraintes d'ordre économique imposées, par exemple, par certains clients industriels de l'entreprise suite à la mise en œuvre d'un système de livraison en juste-à-temps étendu, comme cela est le cas dans l'industrie automobile (Hennart et Park, 1994 ; Florida et Smith 1994) ? S'agit-il plutôt de processus séquentiels de choix (Cyert et March, 1963) dans lesquels le premier lieu d'implantation envisagé est apparu satisfaisant aux décideurs ? Ou bien encore le lieu d'implantation choisi représentait-il une opportunité pour l'entreprise de résoudre un problème qui se posait à elle depuis quelques temps, opportunité qu'elle a saisie sans vraiment mener de réflexion problématisée en matière de choix de localisation (Cohen et alii, 1972) ?

Quoi qu'il en soit, les résultats obtenus sur cette variable sont conformes aux chiffres avancés par Aydalot (1985) et Hayter (1997) pour qui la plupart des entreprises prennent en considération, lors de leurs décisions de localisation, un nombre de lieux d'implantation alternatifs compris entre 2 et 6. Combinés avec les résultats concernant l'aire géographique de la recherche du lieu d'implantation du nouveau site (voir plus haut), ils constituent une remise en cause fondamentale des hypothèses sous-jacentes à la modélisation économique néoclassique du processus de prise de la décision de localisation utilisée dans nombre de recherches empiriques. Dans le cadre de cette modélisation, les décideurs à la rationalité et à l'information parfaites sont supposés choisir une nouvelle localisation sur la base d'une comparaison large et approfondie de l'ensemble des lieux d'implantation potentiels à leur disposition (Greve, 2000). Cette modélisation ne peut donc pas être considérée comme une représentation appropriée de la réalité des processus décisionnels étudiés, même en première approximation.

2.1.2. L'importance de l'inertie spatiale dans les décisions de localisation de l'échantillon

L'inertie spatiale constitue une caractéristique particulièrement prégnante des processus de choix de nouvelles localisations par les entreprises industrielles. Concrètement, la présence d'inertie spatiale dans une décision de localisation se traduit par l'implantation du nouveau site à proximité d'un ou de plusieurs autres sites existants de l'entreprise concernée. Sans préjuger de ses causes, il est donc possible d'évaluer de manière relativement objective le niveau de l'inertie spatiale caractérisant une décision de localisation. Pour ce faire, il convient de savoir, d'une part si le nouveau site a été implanté à proximité de sites existants de l'entreprise et, d'autre part, si ce choix fait suite à une recherche restreinte aux environs immédiats de ces sites existants. Le questionnaire d'enquête a été conçu de manière à fournir ces différentes informations sur les décisions étudiées. Il sera ensuite possible, à l'occasion des traitements statistiques sur les facteurs de localisation (voir le chapitre 3 de la présente partie), d'explorer les motivations de ces comportements d'inertie spatiale.

a. Une préférence marquée des entreprises pour les aires géographiques dans lesquelles elles étaient préalablement présentes

Le tableau 3.36 indique que les entreprises de l'échantillon ont, dans leur grande majorité (plus de 70% des cas), choisi d'implanter leur nouveau site dans une région dans laquelle elles disposaient déjà, préalablement à la décision de localisation étudiée, d'un ou de

plusieurs autres sites. Ce constat signale la prégnance de l'inertie spatiale au sein de l'échantillon.

Toutefois, au-delà de cette première impression générale, une certaine diversité apparaît dans les situations étudiées. Ainsi, 30 des entreprises de l'échantillon ne disposaient d'aucun site préalablement implanté dans la région choisie, voire même, pour 10 d'entre elles, dans le pays choisi. Cette diversité est intéressante. Elle autorise en effet la comparaison des logiques de choix de localisation selon que les entreprises disposaient ou non d'une présence locale préalable. Les résultats des analyses statistiques multivariées pourront ainsi venir utilement compléter les recherches empiriques antérieures cherchant à mettre en évidence, sur la base de données secondaires, les critères expliquant la préférence des entreprises pour des aires géographiques dans lesquelles elles étaient déjà présentes au préalable (Baum et alii, 2000 ; Greve, 2000).

Tableau 3.36 : Présence préalable de site(s) de l'entreprise

	Fréquence	Pourcentage
Dans la même commune ou agglomération urbaine	41	40,2
Dans la même région	31	30,4
Dans le même pays	20	19,6
Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	10	9,8
Total	102	100,0

Des regroupements d'items similaires à ceux réalisés précédemment sur la variable « échelle géographique de la recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site » ont été effectué. Les items « Dans la même commune ou agglomération urbaine » et « Dans la même région » ont ainsi été agrégés en un seul et même item. L'emploi de la nouvelle variable agrégée à 3 modalités vise à faciliter la comparaison avec les recherches préexistantes. Il permet également de simplifier les tris croisés, notamment ceux réalisés avec la variable se rapportant à l'échelle géographique de la recherche.

Le tableau 3.37 indique que, dans une grande majorité des décisions étudiées, la recherche d'un lieu d'implantation pour le nouveau site n'a pas dépassé les limites d'une région dans laquelle l'entreprise était déjà présente (69 cas sur 102). Un nombre considérable de décisions de l'échantillon est donc caractérisé par une inertie spatiale forte. A l'inverse, lorsque les entreprises s'implantent dans une région (ou un pays) nouvelle pour elles, c'est

généralement à la suite d'un processus de recherche élargi au cours duquel plusieurs régions ou pays ont été pris en considération.

Le modèle de choix dominant au sein de l'échantillon semble donc plus proche de la représentation des choix organisationnels comme des processus séquentiels (Cyert et March, 1963) que de la représentation économique néoclassique : Les décideurs tendent à mener leur recherche en priorité à proximité des localisations qui ont été précédemment choisies par l'entreprise. Ils n'élargissent leur recherche que dans un deuxième temps, lorsqu'aucun lieu d'implantation satisfaisant n'a été trouvé dans les aires géographiques entourant leurs sites existants. Cyert et March attribuent ce type de comportement de « recherche à proximité de l'existant » (p. 170) à la rationalité limitée des décideurs. A ce stade, il est cependant trop tôt pour se prononcer sur les causes réelles de ces comportements d'inertie spatiale qui peuvent tout aussi bien être dus, par exemple, au poids des contraintes pesant sur décisions de localisation étudiées.

Tableau 3.37 : Présence préalable de site(s) de l'entreprise et échelle géographique de la recherche

Présence préalable de site(s) de l'entreprise :	Dans la même région	Dans le même pays	Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	Total	Valeur du chi-deux
Recherche à une échelle infra-régionale	80,2%	17,4%	2,3%	100%(86)	39,810**
Recherche à une échelle inter-régionale	18,8%	31,3%	50%	100%(16)	
Total	**70,6%**	**19,6%**	**9,8%**	**100%(102)**	

** Chi-deux significatif à 99%

Des tris croisés entre la variable synthétique « présence préalable de site(s) de l'entreprise » à 3 modalités et les autres variables caractéristiques des observations de l'échantillon ont été réalisés. Les résultats des croisements les plus significatifs d'un point de vue statistique et les plus intéressants en termes d'interprétation sont présentés dans le tableau 3.38.

Sur le territoire français, les entreprises ont opté dans plus des trois-quarts des cas pour une région dans laquelle elles disposaient préalablement d'au moins un site. A l'inverse, la majorité des entreprises de l'échantillon qui se sont implantées à l'étranger ne disposaient d'aucune présence préalable dans le pays choisi pour accueillir le nouveau site. Lorsqu'elles

possédaient déjà un ou plusieurs sites dans le pays d'accueil sélectionné, elles ont, à une exception prés, choisi d'implanter leur nouveau site dans la même région que leur(s) site(s) préexistant(s).

Néanmoins, les résultats synthétisés dans le tableau 3.38 n'apportent guère d'éléments nouveaux. Fort logiquement, ils conduisent à dresser un portait des premières implantations d'entreprises françaises dans des pays étrangers très similaire à celui des décisions de localisation prises suite à un processus de recherche inter-régional. Typiquement, il s'agit en effet de décisions de localisation de sites de production industrielle (9 cas sur 10) de taille relativement grande (6 d'entre eux accueillent de 50 à 249 salariés un an après leur entrée en activité) émanant de grandes entreprises (8 cas sur 10).

En ce qui concerne les décisions d'implantation dans de nouvelles régions françaises, les tris croisés sur les caractéristiques des observations ne permettent pas de faire émerger de profil-type clair. Tout juste peut-on dire que les sites de petite taille y sont majoritaires (11 nouveaux sites sur 20 comptent moins de 10 salariés un an après leur entrée en activité). Il convient donc d'attendre les traitements statistiques sur les facteurs de localisation pour acquérir une compréhension plus approfondie des motivations qui poussent une entreprise française à choisir de s'implanter dans une nouvelle région.

Enfin, les résultats du tri croisé avec la variable « type de décision de localisation » sont peu éloquents. Dans le cas des opérations de transferts d'activités, l'étude plus spécifique de la distance géographique existant entre le ou les sites d'origine et le nouveau site, destination des activités transférées, est, en théorie, beaucoup plus porteuse de sens.

Tableau 3.38 : Tris croisés avec la variable synthétique « présence préalable de site(s) de l'entreprise »

Présence préalable de site(s) de l'entreprise:	Dans la même région	Dans le même pays	Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	Total	Valeur du chi-deux
Croisement avec le lieu d'implantation du nouveau site					
En France	77%	21,8%	1,1%[59]	100%(87)	50,157**
A l'étranger	33,3%	6,7%	60%	100%(15)	
Total	**70,6%**	**19,6%**	**9,8%**	**100%(102)**	
Croisement avec le type de décision de localisation					
Transfert partiel	60,9%	21,7%	17,4%	100%(23)	14,019**
Transfert total	87,5%	10,4%	2,1%	100%(48)	
Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	51,6%	32,3%	16,1%	100%(31)	
Total	**70,6%**	**19,6%**	**9,8%**	**100%(102)**	
Croisement avec l'effectif salarié du nouveau site					
De 1 à 9 salariés	69,4%	30,6%	0%	100%(36)	14,999*
De 10 à 49 salariés	73%	16,2%	10,8%	100%(37)	
De 50 à 249 salariés	60,9%	13%	26,1%	100%(23)	
250 salariés et plus	100%	0%	0%	100%(5)	
Total	**70,3%%**	**19,8%**	**9,9%**	**100%(101)**	
Croisement avec la taille de l'entreprise					
Petites entreprises	70%	30%	0%	100%(30)	10,434*
Entreprises moyennes	75%	18,8%	6,3%	100%(32)	
Grandes entreprises	67,5%	12,5%	20%	100%(40)	
Total	**70,6%**	**19,6%**	**9,8%**	**100%(102)**	

** Chi-deux significatif à 99%
* Chi-deux significatif à 95%

b. Des transferts d'activités à des échelles géographiques diverses

Le tableau 3.39 fait apparaître une distribution similaire à celle du tableau 3.32. Les transferts à des échelles infra-régionales représentent en effet prés des trois-quarts du total des opérations de transferts étudiées. Les transferts au sein d'une même commune ou agglomération urbaine sont même majoritaires au sein de l'échantillon. L'inertie spatiale est donc beaucoup plus forte dans le cadre d'opérations de transferts d'activités que lors d'opérations de création *ex-nihilo* de nouvelles capacités. Ce résultat était déjà discernable

[59] Le fait que ce chiffre soit différent de 0 peut surprendre. En effet, l'enquête par questionnaire a été réalisée exclusivement auprès d'entreprises de nationalité française, donc *a priori* déjà implantées en France avant la décision de localisation étudiée. Ce pourcentage non-nul correspond en fait au cas d'une entreprise fondée par un citoyen français au Royaume-Uni. Ce dirigeant-fondateur a ensuite décidé de transférer l'intégralité de l'activité de son entreprise sur un nouveau site localisé en France. C'est cette décision de transfert qui apparaît ici.

dans les tris croisés précédemment réalisés avec la variable « présence préalable de site(s) de l'entreprise » (voir tableau 3.38). Il apparaît cependant clairement ici que cette inertie spatiale vise plus spécifiquement à minimiser la distance géographique entre le ou les sites d'origine des activités transférées et le nouveau site. Cette inertie spatiale relativement forte peut s'expliquer par des considérations pratiques particulières, au premier rang desquelles figure la volonté de l'entreprise de conserver le personnel qualifié attaché au(x) site(s) d'origine du transfert en évitant un allongement excessif des temps de trajet domicile/travail des salariés en place suite à la relocalisation de leur poste (Aydalot, 1985).

Toutes les opérations de transferts de l'échantillon ne semblent pas avoir été guidées par ces préoccupations de conservation du personnel en place puisqu'il existe une minorité notable de cas où les transferts d'activités ont été effectués à des échelles inter-régionales et internationales. Cette dernière catégorie est particulièrement intéressante puisqu'elle comprend, entre autres, les « délocalisations » productives vers des pays à bas salaire, objet de tant d'attention de la part des médias et des pouvoirs publics.

Tableau 3.39 : Localisation du site d'origine des activités transférées[60]

	Fréquence	Pourcentage
Dans la même commune ou agglomération urbaine	39	54,9
Dans la même région	13	18,3
Dans le même pays	13	18,3
Dans un autre pays	6	8,5
Total	71	100,0

De manière similaire à ce qui a été réalisé avec la variable précédente, une variable synthétique a été construite en agrégeant les deux premiers items présentés dans le tableau 3.39. Le tableau 3.40 synthétise les résultats des tris croisés les plus significatifs entre cette variable synthétique et les différentes caractéristiques des observations de l'échantillon.

Il en ressort que, dans toutes les opérations de transferts d'activités à l'étranger sauf une, les activités transférées venaient d'un autre pays que le pays d'accueil, la France en l'occurrence. C'est donc dans cette catégorie de décisions que se trouvent regroupées les opérations de « délocalisations » (les nouveaux sites sont des sites de production de biens dans 5 cas sur 6) telles que les définit le rapport Arthuis (1993) et dont les transferts sur de

[60] Lorsque la création du nouveau site résultait d'un regroupement d'activités transférées depuis plusieurs sites existants de l'entreprise concernée, nous avons utilisé, pour construire cette variable, la localisation du site d'origine le plus proche géographiquement du lieu d'implantation du nouveau site.

nouveaux sites constituent une modalité particulière (voir partie 1, chapitre 1). Les activités transférées à l'échelle internationale ont été implantées, dans 5 de ces 6 opérations de transferts, dans des pays où les entreprises concernées ne disposaient d'aucune présence préalable. Cela ne signifie pas pour autant que ces entreprises se lancent dans l'inconnu. Un des répondants concernés a ainsi signalé en remarque dans le questionnaire que son entreprise était déjà présente dans le pays d'accueil choisi avant l'ouverture du nouveau site puisqu'elle sous-traitait une partie de son activité de production à des entreprises locales. Ces activités de sous-traitance ont facilité son implantation en propre en lui fournissant notamment des éléments de connaissance sur la qualité de la main d'œuvre locale et sur l'existence d'éventuelles difficultés administratives avec les autorités locales. Cet exemple suggère que le modèle séquentiel d'internationalisation des entreprises proposé par Johanson et Vahlne (1977) pour la pénétration des marchés étrangers peut également s'appliquer dans le cadre de logiques d'implantation purement productives.

De la même manière que les transferts à l'international de l'échantillon se font quasiment tous vers des pays nouveaux pour l'entreprise, les transferts inter-régionaux se traduisent en majorité (9 cas sur 13) par l'implantation de l'entreprise dans une région nouvelle pour elle.

Tableau 3.40 : Tris croisés avec la variable « localisation du site d'origine des activités transférées »

Localisation du site d'origine:	Dans la même région	Dans le même pays	Dans un autre pays	Total	Valeur du chi-deux
Croisement avec la présence préalable de site(s) de l'entreprise					
Dans la même région	92,9%	7,1%	0%	100% (56)	101,077**
Dans le même pays	0%	90%	1%	100% (10)	
Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	0%	0%	100%	100% (5)	
Croisement avec le lieu d'implantation du nouveau site					
En France	78,5%	20%	1,5%	100% (65)	47,552**
A l'étranger	16,7%	0%	83,3%	100% (6)	
Croisement avec le type d'opération de transfert					
Transfert partiel	52,2%	26,1%	21,7%	100% (23)	10,294**
Transfert total	83,3%	14,6%	2,1%	100% (48)	
Total	**73,2%**	**18,3%**	**8,5%**	**100% (71)**	

** Chi-deux significatif à 99%

Une césure nette apparaît donc entre, d'un côté, des transferts locaux et, de l'autre, des transferts lointains se traduisant par une première implantation dans une région ou un pays nouveau.

Ces transferts lointains constituent prés de la moitié (11 cas sur 23) des transferts partiels dans lesquels le ou les sites d'origine des activités transférées sont conservés par l'entreprise. A l'inverse, une très large majorité des transferts totaux est réalisée à l'intérieure d'une seule et même région. 33 des 48 transferts totaux de l'échantillon ont même été réalisés sur des nouveaux sites implantés dans la même commune ou agglomération urbaine que les anciens sites. C'est donc probablement dans le cadre de ce type d'opération de transfert que les considérations de rétention des salariés en place jouent le plus grand rôle, conduisant l'entreprise à minimiser l'amplitude géographique du transfert.

Une part importante des 40 transferts totaux réalisés à l'intérieur d'une même région peuvent être considérés comme des décisions en quelque sorte subies par les entreprises, celles-ci étant, pour une raison ou une autre (fin d'un bail commercial, inadaptation des locaux d'activité anciennement occupés), dans l'obligation de fermer le ou les sites d'origine des activités transférées (Mérenne-Schoumaker, 1991). Dans ces circonstances, les « facteurs d'expulsion » des sites d'origine jouent un rôle bien plus important dans la décision de localisation que les caractéristiques locales du lieu d'implantation choisi pour le nouveau site. En effet, le choix de ce nouveau lieu d'implantation est probablement guidé avant tout par la volonté de réduire au minimum les perturbations provoquées par le déménagement sur les activités et, plus particulièrement, sur les salariés transférés.

A l'inverse, les transferts lointains dénotent une volonté, de la part des entreprises concernées, d'obtenir un réel avantage économique au travers du choix du nouveau lieu d'implantation des activités transférées. Il peut s'agir de faciliter leur accès à un nouveau marché ou de permettre un abaissement substantiel des coûts de main d'œuvre pour des activités de production industrielle. L'obtention de l'avantage économique recherché implique alors que l'entreprise modifie de manière substantielle la localisation de ses activités en s'implantant dans une région ou un pays nouveau.

2.2. Perceptions par les répondants du déroulement du processus de décision de localisation

2.2.1. Les caractéristiques générales du processus de recherche du lieu d'implantation du nouveau site

a. La présence locale préalable de l'entreprise facilite la réalisation de son projet

Dans le tableau 3.41, la première proposition se détache nettement des autres, tant par la note moyenne qui lui a été accordée par les répondants que par la relative faiblesse de la dispersion des réponses autour de cette moyenne, visible notamment au niveau du coefficient de variation. De fait, un nombre remarquablement élevé de répondants (plus de la moitié) ont accordé les notes 4 ou 5 à cette proposition.

Cette dernière peut paraître à première vue quelque peu redondante avec la question fermée sur la présence préalable de site(s) de l'entreprise posée dans la première partie du questionnaire (voir annexe 1.2.). Deux caractéristiques les différencient cependant. La première différence est toute relative. Elle réside dans la relation qu'établit la proposition, par sa formulation, entre la présence locale antérieure de l'entreprise et son degré de connaissance de l'environnement local préalablement à l'implantation du nouveau site. La deuxième différence est bien plus fondamentale : la proposition permet en effet de collecter les perceptions des répondants, alors que la question fermée correspondante permettait de récolter des données sur des faits objectifs. De fait, cette première proposition était avant tout destinée à vérifier la pertinence du découpage de l'espace géographique sur la base d'entités administratives utilisé pour constituer la liste d'items de la question fermée mentionnée ci-dessus. En effet, ce que les décideurs entendent par local, régional ou national est susceptible de varier fortement d'une personne à une autre et, surtout, ne correspond pas nécessairement aux délimitations officielles de ces différentes entités géographiques (Hayter, 1997 ; Chanteau, 2001). De ce point de vue, la très forte correspondance entre les perceptions des répondants et les résultats plus factuels fournis par les réponses à la question fermée sur le même thème démontre la pertinence du découpage géographique choisi pour cette dernière question (voir ci-dessous, tableau 3.42).

Tableau 3.41 : Les caractéristiques générales du processus de recherche du lieu d'implantation du nouveau site – statistiques descriptives

Propositions (0 = ne s'applique pas du tout, 5 = s'applique tout à fait)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation[61]	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
La présence locale préalable de mon entreprise lui a permis de s'assurer que le lieu d'implantation choisi correspondait bien aux besoins du nouveau site.	2,97	2,18	0,73	32,4	11,8	55,9
Le lieu d'implantation choisi représentait une opportunité que mon entreprise a saisie sans rechercher activement de lieux d'implantation alternatifs.	2,40	2,00	0,83	40,2	21,6	38,2
Compte tenu des contraintes qui pesaient sur elle, mon entreprise n'avait pas d'autre choix que le lieu d'implantation retenu pour le nouveau site.	2,03	1,86	0,92	43,1	31,4	25,5
Le choix de ce lieu d'implantation découle de la comparaison des coûts (coûts de transport, prix des terrains et/ou niveau des loyers, coût de la main d'œuvre locale…) associés aux différents lieux d'implantation envisagés.	1,95	1,85	0,95	49	24,5	26,5
Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire.	1,75	1,99	1,14	55,9	19,6	24,5
Les technologies de la communication et de l'information (Internet, Intranet, visioconférence…) qu'elle utilise ont donné à mon entreprise plus de liberté en matière de choix de localisation.	1,44	1,84	1,28	62,7	17,6	19,6

[61] Le coefficient de variation se calcule en divisant l'écart type par la moyenne. Ce rapport permet, mieux que l'écart type, de comparer la dispersion autour de la moyenne de variables numériques calculées sur des échelles de valeurs différentes ou ayant des moyennes différentes (Evrard et alii, 2000). L'écart type constitue en effet une mesure de dispersion très sensible à la valeur moyenne**.**

La note moyenne très forte obtenue par cette proposition reflète donc simplement l'importance de l'inertie spatiale au sein de l'échantillon. Elle indique également que, pour les répondants, le fait d'implanter le nouveau site à proximité d'autres sites existants de leur entreprise a permis de s'assurer plus aisément que les conditions nécessaires au bon fonctionnement du nouveau site étaient réunies sur le lieu d'implantation choisi.

Tableau 3.42 : Croisement entre la proposition et la question fermée sur la présence locale préalable de site(s) de l'entreprise

Présence préalable de site(s) de l'entreprise :	Dans la même commune ou agglomération urbaine	Dans la même région	Dans le même pays	Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	Global	F calculé
Effectif	41	31	20	10	102	
La présence locale préalable de mon entreprise lui a permis de s'assurer que le lieu d'implantation choisi correspondait bien aux besoins du nouveau site.	4,32	3	1,6	0,1	2,97	22,308**

** : Différence de moyennes significative à 99 %

Les quatre autres propositions soumises aux répondants ont recueilli des notes moyennes inférieures à 2,5. Ces propositions s'appliquent donc de manière moins marquée à l'ensemble des décisions de localisation de l'échantillon. Les écarts-types et les coefficients de variation associés (voir tableau 3.41) permettent néanmoins de constater une dispersion relativement importante des notes données à ces propositions autour de la moyenne, indiquant ainsi leur fort degré de pertinence pour une minorité, plus ou moins importante selon les cas, des décisions étudiées. Des analyses de la variance à un facteur (ANOVA) ont donc été réalisées en vue d'identifier les situations de décision dans lesquelles chacune de ces propositions s'avérait la plus pertinente.

b. Seules les grandes entreprises recourent effectivement à des analyses de coûts comparatives

La note moyenne attribuée à la proposition concernant l'utilisation, pour le choix du nouveau lieu d'implantation, de procédures de comparaison des coûts associés aux différentes localisations alternatives envisagées est inférieure à celles des propositions signalant que le choix du lieu d'implantation du nouveau site est le reflet de contraintes pesant sur l'entreprise (1,95 contre 2,03) ou encore de l'exploitation d'une opportunité qui s'est présentée à elle (2,4). D'après les analyses de fréquences présentées dans le tableau 3.41, seul un quart des

processus décisionnels étudiés semble se conformer fidèlement à la représentation des choix de localisation comme le résultat de logiques rationnelles de minimisation des coûts, représentation mise en avant par les théories néoclassiques de la localisation industrielle.

Par ailleurs, plus la taille de l'entreprise augmente et plus son niveau d'expérience récente en matière de décision de localisation est grand, plus le choix de localisation est susceptible de découler d'une analyse de coûts comparative (tableaux 3.43 et 3.44). A première vue, ces résultats tendent donc à conforter les assertions selon lesquelles les entreprises les plus grandes, en raison des moyens humains et financiers plus importants qu'elles peuvent mobiliser, mais aussi du fait de leur plus grande expérience de ce type de situation de décision, sont plus à même de baser leur choix de localisation sur une recherche large et sur une réflexion économique approfondie que les PME (Berlderbos et Carree, 2000).

Tableau 3.43 : Logique de comparaison des coûts entre localisations alternatives et taille des entreprises de l'échantillon

	Petites entreprises	Entreprises moyennes	Grandes entreprises	Global	F calculé
Effectif	30	32	40	102	
Le choix de ce lieu d'implantation découle de la comparaison des coûts (coûts de transport, prix des terrains et/ou niveau des loyers, coût de la main d'œuvre locale…) associés aux différents lieux d'implantation envisagés.	1,23	1,78	2,63	1,95	5,512**

** : Différence de moyennes significative à 99 %

Tableau 3.44 : Logique de comparaison des coûts entre localisations alternatives et nombre total de décisions de localisation mises en œuvre dans les 10 années précédant l'enquête

	Aucune décision	De une à quatre décisions	Cinq décisions et plus	Global	F calculé
Effectif	36	42	24	102	
Le choix de ce lieu d'implantation découle de la comparaison des coûts (coûts de transport, prix des terrains et/ou niveau des loyers, coût de la main d'œuvre locale…) associés aux différents lieux d'implantation envisagés.	1,47	1,88	2,79	1,95	3,940*

* : Différence de moyennes significative à 95 %

c. Contraintes et opportunités affectent une part significative des décisions étudiées

La plupart des processus décisionnels étudiés ne correspondent donc pas au modèle canonique de l'optimisation rationnelle. Il s'agit alors de dégager, parmi les informations fournies par le tableau 3.41, des pistes permettant de mieux appréhender leur déroulement effectif.

La lecture des analyses de fréquences que ce tableau contient révèle que, dans prés de 40% des cas, le lieu d'implantation choisi représentait une opportunité que l'entreprise a saisie sans mener au préalable de réel processus de recherche et de sélection parmi un ensemble de solutions alternatives. A l'opposé, cette proposition ne s'applique peu ou pas du tout à un pourcentage équivalent des observations de l'échantillon.

Ces analyses de fréquences indiquent par ailleurs que des contraintes significatives pèsent sur plus de la moitié des décisions de localisation de l'échantillon (note supérieure ou égale à 2 accordée à la proposition correspondante). Toutefois, ces contraintes n'apparaissent fortes que dans un quart des cas (notes 4 ou 5). Il n'y a donc pas une opposition stricte entre, d'un côté, des décisions contraintes, et, de l'autre, des décisions prises de manière totalement libre, mais plutôt un continuum dans les niveaux de contrainte affectant la liberté de choix des entreprises.

Opportunités et contraintes ont, en principe, des conséquences similaires sur le processus de prise de décision de localisation : Elles se traduisent en effet toutes deux par une restriction de l'étendue du processus de recherche de la nouvelle localisation, tant du point de vue de l'échelle géographique à laquelle celui-ci est mené que du point de vue du nombre de localisations alternatives prises en considération. Des analyses de la variance à un facteur ont donc été réalisées avec les variables « échelle géographique de la recherche » et « nombre de lieux d'implantation sérieusement étudiés ». Une seule de ces ANOVA aboutit à un résultat significatif, celle correspondant au croisement entre la variable « nombre de lieux d'implantation sérieusement étudiés » et la proposition sur le caractère d'opportunité du choix de localisation étudié (tableau 3.45).

Tableau 3.45 : Niveau d'opportunisme caractérisant le processus de recherche de la nouvelle localisation et nombre de lieux d'implantation sérieusement étudiés

	Un lieu d'implantation	Entre 2 et 10 lieux d'implantation	Global	F calculé
Effectif	23	79	102	
Le lieu d'implantation choisi représentait une opportunité que mon entreprise a saisie sans rechercher activement de lieux d'implantation alternatifs.	4,04	1,92	2,4	24,659**

** : Différence de moyennes significative à 99 %

Le fait que certaines entreprises de l'échantillon n'ait sérieusement pris en considération qu'un seul lieu d'implantation potentiel pour leur nouveau site apparaît donc plus lié à leur volonté d'exploiter une opportunité qui s'est présentée à elles qu'au poids des contraintes qui pesaient sur leur décision. Ce résultat indique que, à la différence de la représentation des choix organisationnels proposée par Cyert et March (1963), le choix d'un lieu d'implantation ne résulte pas nécessairement d'une activité de recherche problématisée de la part de l'entreprise. L'opération de création d'un nouveau site peut au contraire être attribuée, comme le proposent Cohen et alii (1972) à la rencontre fortuite entre :

- un problème qui se pose à l'entreprise et qui n'a pas, à proprement parler, de dimension géographique ;
- une solution : le lieu d'implantation finalement choisi ;
- une opportunité de choix : la possibilité, à un moment donné, d'implanter un nouveau site en ce lieu géographique particulier ;
- et des participants : le ou les décideurs, à même de faire le rapprochement entre la solution qui se présente à eux et le problème qui se pose depuis quelques temps à leur entreprise.

La représentation du processus décisionnel comme une poubelle (*garbage can*) où échouent ces différents éléments est donc potentiellement intéressante, en particulier pour l'interprétation des 23 observations dans lesquelles un seul lieu d'implantation a été pris en considération.

Cependant, outre les difficultés qu'a rencontrées, de manière générale, la validation empirique de cette modélisation du choix stratégique (Eisenhardt et Zbaracki, 1992), sa pertinence se trouve limitée, dans le cas présent, par l'existence d'une relation significative et positive, au sein de l'échantillon, entre les niveaux de contraintes et d'opportunisme

caractérisant la prise de décision[62]. Même si cette relation est loin d'être linéaire, elle indique que les choix de localisation relevant de la volonté des entreprises d'exploiter une opportunité à caractère géographique tendent à être également ceux qui subissent les niveaux de contraintes les plus élevées. Les traitements statistiques multivariés réalisés ultérieurement devraient permettre de mieux comprendre la nature des contraintes et des opportunités affectant les choix de localisation de l'échantillon ainsi que la manière dont ces deux caractéristiques se combinent dans certains des processus de choix étudiés.

d. Des choix de localisation de sites de services insérés dans des stratégies plus larges de couverture du territoire

Les analyses de fréquences montrent que la proposition traduisant l'insertion du choix de localisation étudié dans une stratégie plus générale de couverture du territoire a reçu une majorité de notes comprises entre 0 et 1. Cette proposition ne s'applique donc de manière significative qu'à une petite minorité des observations. Il s'agit avant tout, comme le montre le tableau 3.46, de décisions de localisation de sites de services, pour lesquels la proximité avec les clients et les marchés locaux desservis constitue souvent un impératif essentiel. Comme pour les activités de services aux particuliers, les choix de localisation des différents sites de services d'une entreprise industrielle ou d'informatique sont donc interdépendants les uns par rapport aux autres et s'inscrivent dans une logique plus générale de maillage du territoire national (Cliquet et alii, 2002). Ce type de raisonnement d'ensemble s'applique toutefois également, dans une moindre mesure, aux sites de logistique et stockage et aux sites de production de biens de l'échantillon. Il joue en revanche un rôle négligeable pour les sites de R&D et pour les sites de tertiaire industriel supérieur .

[62] La valeur du coefficient de corrélation linéaire de Pearson entre les notes obtenues par les deux propositions correspondantes est de 0,204. La probabilité associée est de 0,040. Il existe donc entre ces deux variables une relation linéaire significative au seuil usuel de 5%.

Tableau 3.46 : Logique de couverture du territoire et activité principale du nouveau site

Activité principale du nouveau site :	Production de biens	Services	Tertiaire industriel supérieur	R&D	Logistique et stockage	Global	F calculé
Effectif	52	35	5	3	7	102	
Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire.	1,25	2,71	0,8	0,67	1,71	1,75	3,758**

** : Différence de moyennes significative à 99 %

Par ailleurs, la volonté d'une entreprise d'étendre son réseau d'implantations afin de mieux couvrir un territoire donné (le territoire français en l'occurrence) constitue une motivation majeure, au sein de l'échantillon, des premières implantations dans une nouvelle région (tableau 3.47).

Tableau 3.47 : Logique de couverture du territoire et présence préalable de site(s) de l'entreprise

	Dans la même commune ou agglomération urbaine	Dans la même région	Dans le même pays	Aucun site préalablement implanté dans le pays d'accueil	Global	F calculé
Effectif	41	31	20	10	102	
Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire.	1,22	1,9	2,85	1,2	1,75	3,584*

* : Différence de moyennes significative à 95 %

e. L'usage des NTIC affranchit peu les entreprises de l'échantillon des contraintes spatiales

Plus de 60% des répondants ne pensent pas que les technologies de l'information et de la communication (TIC) aient donné plus de liberté à leur entreprise dans son choix de localisation. L'utilisation de ces technologies aurait affecté de manière importante les comportements de localisation dans moins de 20% des cas étudiés (tableau 3.41). La généralisation progressive de l'usage des NTIC ne s'est donc pas particulièrement traduite, au sein de l'échantillon, par la substitution d'une proximité organisationnelle à la proximité géographique (Sierra, 1997). Cela est probablement dû en grande partie à l'importance des

contraintes logistiques pesant sur la plupart des activités concernées par les décisions de localisation étudiées.

Il est à noter que les répondants appartenant à des entreprises de secteurs de haute technologie jugent que l'usage des TIC a donné à leur entreprise une bien plus grande liberté en matière de choix de localisation que les répondants d'entreprises de secteurs à faible intensité technologique (tableau 3.48).

Tableau 3.48 : Degré de liberté conféré par les Technologies de l'Information et de la Communication et type de secteur d'activité des entreprises de l'échantillon

	Secteurs de haute technologie	Secteurs à faible intensité technologique	Global	T calculé
Effectif	56	46	102	
Les technologies de la communication et de l'information (Internet, Intranet, visioconférence…) qu'elle utilise ont donné à mon entreprise plus de liberté en matière de choix de localisation.	1,88	0,91	1,44	2,738**

** : Différence de moyennes significative à 99 %

Toutefois, les ANOVA réalisées n'indiquent pas que cette liberté se soit traduite par une extension significative de l'échelle géographique à laquelle le processus de recherche du nouveau site a été mené. De même, l'inertie spatiale dans les choix de localisation n'apparaît pas significativement moins forte lorsque les répondants ont accordé une note élevée à cette proposition.

Il est dés lors légitime de s'interroger sur les fondements réels des réponses apportées à cette proposition. Elles reflètent probablement en grande partie l'usage plus intensif des TIC que font les entreprises de haute technologie dans leur activité quotidienne. Il est toutefois possible que les réponses données aient été influencées par le niveau de familiarité des répondants avec les technologies évoquées. Dans cette hypothèse, les notes accordées seraient liées à des caractéristiques personnelles des répondants, telles que leur âge ou leur formation initiale. Malheureusement, par souci de compacité, le questionnaire ne contenait aucune question sur ces caractéristiques personnelles qui aurait permis de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse.

Quoi qu'il en soit, les réponses apportées à cette proposition amènent à relativiser les affirmations, formulées du temps de la « bulle Internet », selon lesquelles les Nouvelles Technologies de la Communication et de l'Information devaient permettre aux entreprises de

s'affranchir des contraintes de la distance géographique et gagner de ce fait, en liberté de choix en matière de localisation.

2.2.2. Les acteurs de la décision de localisation

a. Analyses univariées

Des processus de prise de décision centralisés et consensuels

Le tableau 3.49 indique que la décision de localisation est, en règle générale, prise de manière peu collégiale. Même si, dans certains cas, l'avis d'autres acteurs de l'entreprise peut être sollicité au cours du processus de prise de décision, le choix final constitue la prérogative d'une seule personne. Etant donné le faible nombre de personnes prenant réellement une part active dans la prise de la décision de localisation, il n'est guère difficile d'obtenir un consensus autour de la solution retenue. De manière plus générale, au vu du tableau 3.49, le choix du lieu d'implantation d'un nouveau site semble être un sujet très consensuel au sein des entreprises de l'échantillon.

Tableau 3.49 : Niveau de collégialité et de consensus dans la prise de décision[63]

Items (0 = très faible, 5 = très élevé)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Niveau de consensus dans la prise de décision	3,98	1,25	0,31	5,9	18,6	75,5
Degré de collégialité dans la prise de décision	1,55	1,66	1,07	60,8	23,5	15,7

Le rôle central de la direction générale

Dans l'échantillon, la prise de la décision de localisation est fortement centralisée au niveau de la direction générale de l'entreprise concernée (voir tableau 3.50). Ce niveau remarquablement élevé de centralisation apparaît en outre particulièrement stable d'un cas à l'autre. Ainsi, même lorsque d'autres acteurs internes interviennent dans le processus de recherche et de sélection de la nouvelle localisation, « toujours…la décision finale [de localisation] est prise au sommet de la hiérarchie de l'entreprise. » (Aydalot, 1985, p.67).

[63] Dans les tableaux de cette section, le total des pourcentages de réponses à certains items est inférieur à 100%. La différence est alors due à l'existence de non réponses sur les items en question. Dans les traitements statistiques multivariés réalisés ultérieurement, ces non réponses ont été remplacées par la moyenne des réponses sur l'item.

Les autres acteurs internes ont, en moyenne, un poids nettement plus faible dans la prise de décision. De plus, leur rôle varie sensiblement d'une décision de localisation à une autre. Il convient toutefois de souligner la place non-négligeable occupée, en moyenne, par les acteurs locaux les plus directement concernés par la décision (le futur responsable et les futurs salariés du nouveau site) comparés aux autres acteurs internes.

Les analyses de fréquences du tableau 3.50 montrent cependant que ces notes moyennes relativement élevées cachent des répartitions très différentes des observations le long des échelles de notation. Le rôle des deux catégories d'acteurs locaux citées est négligeable dans une majorité des décisions étudiées. Parmi les décisions restantes, le niveau d'implication des salariés concernés dans la prise de décision est très variable. En revanche, l'échantillon apparaît nettement divisé entre, d'un côté, une majorité de décisions dans lesquelles le futur responsable du nouveau site a été peu ou pas impliqué et, de l'autre côté, une minorité significative de décisions dans lesquelles cet acteur a joué un rôle central.

Des oppositions similaires dans la répartition des notes caractérisent le rôle joué dans le processus décisionnel par le conseil d'administration ou de surveillance, les responsables d'entités opérationnelles de l'entreprise (divisions, branches, filiales) ainsi que par la plupart des directions fonctionnelles proposées aux répondants.

Les analyses bivariées présentées dans la section suivante viseront donc en premier lieu à éclairer les circonstances dans lesquelles ces différents acteurs ont été le plus fortement impliqués dans le choix de la nouvelle localisation.

Tableau 3.50 : Le rôle des acteurs internes dans la prise de la décision de localisation

Rôle des acteurs internes (0 = aucun rôle, 5 = rôle prépondérant)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Rôle de la Direction Générale	4,35	1,29	0,3	6,9	9,8	83,4
Rôle du futur responsable du nouveau site	1,75	2,10	1,2	57,8	8,8	33,3
Rôle des salariés concernés par la décision	1,54	1,81	1,18	56,9	21,5	21,6
Rôle des responsables de divisions/branches/filiales	1,53	2,04	1,33	64,7	8,8	26,5
Rôle de la direction financière	1,12	1,68	1,5	70,6	14,7	14,7
Rôle de la direction de la production	1,07	1,71	1,6	72,5	8,8	18,6
Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance	1,04	1,82	1,75	75,5	6,8	17,7
Rôle de la direction marketing/commerciale	,90	1,71	1,9	77,5	7,8	14,7
Rôle de la direction des ressources humaines	,85	1,44	1,69	75,5	14,7	9,8
Rôle de la direction de la stratégie	,67	1,55	2,31	85,3	2	12,8
Rôle des représentants du personnel et/ou du CE	,49	1,07	2,18	86,3	10,8	3
Rôle de la direction des affaires immobilières	,49	1,30	2,65	87,3	5,9	6,9
Rôle des responsables des autres sites de l'entreprise	,44	1,14	2,59	90,2	4,9	4,9

Des décisions d'entreprises peu exposées aux influences extérieures

Avant d'indiquer dans quelle mesure les tentatives d'influence des différents acteurs extérieurs avaient modifié le choix de localisation de leur entreprise, les répondants étaient invités, dans le questionnaire (voir annexe 1.2.), à préciser à quel moment du processus de décision ces influences s'étaient exercées :

- soit durant la phase de recherche et de sélection du lieu d'implantation du nouveau site que l'entreprise projetait de créer ;
- soit après l'annonce, par l'entreprise, du choix d'un lieu d'implantation particulier.

Or, les contacts téléphoniques que nous avons eus avec nombre de répondants ont permis de constater que cette question avait été mal interprétée. En effet, les tentatives d'influence postérieures à l'annonce du choix d'un lieu d'implantation signalées par les répondants ne portaient généralement pas sur ce choix en lui-même mais plutôt sur les autres caractéristiques du nouveau site (nature de l'opération immobilière réalisée, mode de financement de cet investissement…). En conséquence, seules les variables se rapportant aux tentatives d'influence survenues lors de la phase de recherche et de sélection du lieu d'implantation du nouveau site ont été prises en compte dans les traitements statistiques présentés ci-après. A ces variables a été ajouté, dans le tableau 3.51, celle se rapportant au

recours éventuel de l'entreprise à un cabinet de conseil spécialisé pour l'assister dans son choix.

De manière générale, les acteurs extérieurs aux entreprises de l'échantillon ont très peu influencé leurs choix de localisation. Les notes moyennes des variables correspondantes sont en effet toutes largement inférieures à 2,5, point moyen des échelles de notation utilisées (voir tableau 3.51). La faiblesse remarquable de ces notes moyennes reflète en grande partie la difficulté qu'il y a, pour les acteurs extérieurs aux entreprises, à repérer l'existence du projet de création d'un nouveau site avant que celui-ci ne trouve sa traduction concrète. Si les projets d'implantation les plus importants disposent très tôt d'une visibilité, voire même d'une couverture médiatique, considérable[64], les processus de choix concernant des projets de taille plus modeste demeurent en revanche très discrets. Dans ces conditions, seuls les acteurs auxquels l'entreprise fait expressément appel pour l'aider à réaliser son projet de nouveau site ont réellement prise sur le choix de localisation. Les données du tableau 3.51 traduisent donc essentiellement la forte propension des entreprises de l'échantillon à s'appuyer exclusivement sur leurs ressources internes pour mener à bien ce type de projet[65].

L'influence la plus notable est celle de l'actionnaire principal ou du groupe auquel appartient l'entreprise. Cette influence s'exerce en grande partie au travers de l'organe de contrôle que constitue, dans les Sociétés Anonymes, le conseil d'administration ou le conseil de surveillance. La variable « Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance » a en effet obtenu des statistiques équivalentes, en moyenne autant qu'en dispersion (voir le tableau 3.50 ci-dessus) à celles de la variable « Influence de l'actionnaire principal ou du groupe ». La note moyenne relativement élevée obtenue par cette dernière variable reflète également la concentration par une seule et même personne des fonctions de dirigeant et de propriétaire (ou d'actionnaire majoritaire) au sein de bon nombre des PME de l'échantillon. C'est probablement ce qui explique qu'il n'existe une relation significative entre les deux variables qu'au seuil de 10%[66].

Les analyses de fréquences du tableau 3.51 indiquent que seules les influences extérieures ayant obtenu, au sein de l'échantillon, une note moyenne supérieure à 0,3 présentent quelque intérêt en termes d'interprétation. En effet, les autres acteurs externes sont intervenus de manière notable dans un nombre bien trop réduit de cas (entre 1 et 5% du total

[64] A cet égard, les exemples des implantations récentes de Micro Compact Car, producteur de la SMART, en Lorraine ou de Toyota dans le Nord-Pas-de-Calais sont particulièrement éloquents.
[65] Un des répondants a ainsi indiqué pour expliquer l'absence d'influences extérieures qu'il avait signalé dans le questionnaire que sont entreprise « n'avait pas fait appel aux aides publiques et autofinançait son projet ».

des observations) pour que les analyses sur moyennes réalisées ultérieurement apportent, les concernant, des résultats porteurs de sens.

On notera plus particulièrement que, dans une minorité significative des décisions de l'échantillon, un ou plusieurs clients de l'entreprise ont exercé une influence déterminante sur son choix de localisation. Il sera donc particulièrement intéressant d'analyser plus en détails, notamment au travers des traitements statistiques bivariés présentés dans la section suivante, les caractéristiques spécifiques des observations correspondantes.

Enfin, la présence, dans le tableau 3.51, de l'item « autres influences » correspond à l'implication d'organisations syndicales dans le processus de décision de localisation qui a été signalée par un seul des répondants[67]. La spécificité de ce cas a conduit à ne pas intégrer cet item dans les analyses multivariées réalisées ultérieurement.

Tableau 3.51 : Le rôle des acteurs extérieurs à l'entreprise dans la prise de la décision de localisation

Influence des acteurs externes (0 = influence inexistante ou sans effet, 5 = influence déterminante)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Influence de l'actionnaire principal ou du groupe	1,16	1,94	1,67	72,5	6,8	20,6
Influence de client(s)	,62	1,55	2,5	86,3	2	11,7
Influence des pouvoirs politiques locaux	,57	1,25	2,19	82,4	11,8	5,9
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s)	,45	1,12	2,49	89,2	5,8	4,9
Influence des administrations locales	,39	1,07	2,74	88,2	7,8	3,9
Influence du ou des partenaires dans la filiale	,16	,79	4,94	96,1	1	3
Influence des autres actionnaires	,15	,70	4,67	95,1	4	1
Influence de fournisseur(s)	,13	,64	4,92	96,1	3	1
Influence de banque(s) participant au projet	,12	,69	5,75	97,1	2	1
Influence du pouvoir politique national	,12	,55	4,58	96,1	3,9	0
Autres influences	,02	,20	10	99	1	0

La faiblesse des influences extérieures auxquelles les décisions de localisation ont été exposées nous a incité à construire une variable binaire exprimant l'existence ou l'absence de telles influences, quel que soit l'acteur de l'environnement de l'entreprise dont elles émanent.

[66] Coefficient de corrélation linéaire de Pearson de 0,189 ; probabilité de 0,057.

[67] Cette particularité s'explique par la spécificité de la décision étudiée. Celle-ci est en effet intervenue dans le cadre de la fusion entre deux entreprises qui a nécessité le regroupement de leurs services centraux sur un site unique alors que ceux-ci étaient auparavant distants de plusieurs centaines de kilomètres. Le regroupement a été réalisé à proximité de la localisation précédemment occupée par les services centraux de l'une des deux entreprises, nécessitant la mise en place, dans le cadre de la fusion, d'un plan social sur l'autre site, le tout étant soumis à l'examen des représentants syndicaux des deux entreprises qui en ont référés à leur centrale.

Les statistiques descriptives se rapportant à cette variable (voir tableau 3.52) complètent et confirment les données du tableau 3.51 en signalant qu'une petite moitié des décisions étudiées n'ont subi, d'après les répondants, aucune influence extérieure.

Tableau 3.52 : Existence d'influences de la part d'acteurs externes à l'entreprise

	Fréquence	Pourcentage
Non	47	46,1
Oui	55	53,9
Total	102	100,0

La nature des influences exercées par les acteurs extérieurs aux entreprises : entre assistance et pressions coercitives

Dans la question posée aux répondants (voir l'exemplaire du questionnaire présenté en annexe 1.2.), le terme d' « influence » a été préféré à celui, moins neutre, de « pression » pour caractériser la nature de l'intervention des acteurs extérieurs aux entreprises de l'échantillon dans leurs processus de choix. Cette formulation était destinée à limiter les biais, en particulier les biais de désirabilité sociale, susceptibles d'apparaître dans les réponses à cette question (voir partie 2, chapitre 2). Ce terme d' « influence » est cependant beaucoup large que celui de pression et, à ce titre, beaucoup plus vague. Les influences extérieures signalées par les répondants peuvent en effet être de natures très diverses. Pour preuve, on citera la remarque faite dans le questionnaire par le PDG d'une PME ayant signalé que son entreprise n'avait fait l'objet d'aucune influence de la part d'acteurs de son environnement. Ce répondant a en effet précisé, en appui à sa réponse, que « pour une petite structure, il n'y a ni information, ni aide, ni conseil. » En rajoutant à cette liste les pressions coercitives, on mesure mieux l'étendue de l'ambiguïté entourant les réponses apportées à cette question.

Afin de préciser la nature des influences auxquelles les entreprises ont été soumises au cours de leur processus de choix de localisation, l'existence de relations linéaires entre les différentes variables du tableau 3.51 et les variables traduisant d'une part le caractère d'opportunité du lieu d'implantation choisi et, d'autre part, le niveau de contrainte pesant sur le choix de localisation a été testée.

Le seul résultat significatif obtenu concerne le croisement entre la variable « influence de client(s) » et le niveau de contrainte pesant sur le choix de localisation de l'entreprise. Une relation linéaire positive, significative au seuil usuel de 5%, apparaît entre ces deux

variables[68]. Ce résultat indique que, lorsque le choix de localisation d'une entreprise de l'échantillon est influencé par un ou plusieurs de ses clients, cette influence tend à prendre la forme de pressions coercitives. Le pouvoir de coercition de clients professionnels vient, notamment dans les secteurs industriels, de leur capacité à subordonner l'obtention de nouveaux contrats d'approvisionnement ou la reconduction de contrats en cours à la décision du fournisseur d'implanter un nouveau site à proximité immédiate d'un de leur site. Plus le contrat en question représente une part importante du chiffre d'affaires du fournisseur, plus ce pouvoir de coercition est fort. Il est à noter que ces pressions ne s'exercent pas uniquement sur la décision de localisation. Elles peuvent également conditionner le principe même de la création d'un nouveau site. Ainsi, un des répondants a déclaré, au cours d'un entretien téléphonique, que, en l'absence de pressions explicites de la part d'un de ses principaux clients industriels, son entreprise aurait desservi ce client à partir de ses sites existants, au besoin en augmentant leur capacité de production, plutôt que d'implanter un nouveau site industriel à proximité de l'unité de production dudit client.

La nature exacte des influences exercées par les autres acteurs externes cités par les répondants demeure en revanche indéterminée. Des précisions s'imposent toutefois en ce qui concerne la nature des interventions, dans les processus de prise de décision étudiés, des administrations locales et des pouvoirs politiques locaux, principaux représentants de l'offre de territoire sur le « marché de l'implantation ».

Les deux acteurs ainsi désignés sont proches. Les administrations locales regroupent, en comptabilité nationale, l'ensemble des organisations à compétence et à financements locaux. Cet ensemble comprend donc les collectivités locales (régions, départements, communes, communautés de communes) et les services qui leurs sont rattachés, ainsi que diverses organisations à caractère local telles que les chambres d'agriculture ou les chambres de commerce et d'industrie (CCI). Les pouvoirs politiques locaux désignent plus spécifiquement les personnes placées par mandat électif à la tête des différentes collectivités territoriales citées plus haut. Les interventions de ces deux catégories d'acteurs sur les choix d'implantation des entreprises se confondent donc bien souvent, ne serait-ce que dans l'esprit des répondants[69].

[68] La valeur du coefficient de corrélation linéaire de Pearson entre les notes accordées à ces deux variables est de 0,206. La probabilité associée est de 0,038.

[69] Les deux variables correspondantes sont en effet fortement corrélées entre elles au sein de l'échantillon (coefficient de corrélation de Pearson de 0,402, significatif à 99%).

Même si un maire dispose, en théorie, du pouvoir de refuser un permis de construire à une entreprise, les influences exercées par les acteurs publics locaux sur les processus de choix de localisation étudiés sont aujourd'hui essentiellement de nature incitative. Dans ce domaine, la première action incitative qui vient à l'esprit est l'offre, sous des formes diverses, d'aides publiques destinées à attirer les entreprises dans certains espaces géographiques particuliers.

Toutefois, du niveau local au niveau européen, les conditions d'attribution de ces aides sont régies, en France du moins, par des règles strictes et d'application générale. Les collectivités locales, et leurs représentants élus, ne sont donc pas réellement en mesure de les instrumentaliser pour attirer un projet d'investissement précis dans le cadre d'une concurrence entre territoires. Elles peuvent en revanche utiliser à cette fin les parts de la taxe professionnelle qui leurs reviennent, en proposant aux entreprises qui s'implantent sur le territoire dont elles ont la charge, un allégement, voire une exemption temporaire, de cette imposition locale. Cet instrument d'influence n'est toutefois pas nécessairement, comme l'a souligné l'un des répondants, d'une grande efficacité. L'information et les conseils que les collectivités territoriales et les services ou agences de développement local qui en dépendent prodiguent aux entreprises pour les accompagner dans la réalisation de leurs projets d'implantation semblent avoir des effets beaucoup plus significatifs. Cette mission d'accompagnement porte plus particulièrement sur deux aspects de la décision de localisation (Méchin, 2001 ; Méchin-Delabarre, 2004) :

- L'aspect financier : Les aides publiques liées à l'implantation sont très nombreuses, les organismes qui ont en charge leur gestion sont très divers et leurs conditions d'attribution ne sont pas toujours transparentes pour qui n'en a pas l'expérience. Dans ces conditions, les entreprises sont particulièrement sensibles aux collectivités locales qui font un réel effort d'une part pour les aider à identifier les différentes aides mobilisables pour financer leur projet et, d'autre part, pour les assister dans le bouclage de leurs dossiers de demande d'aides. Dans cette perspective, les politiques de « guichet unique » mises en place par certaines collectivités locales peuvent constituer un argument *a priori* particulièrement efficace.
- L'aspect immobilier : les décisions de localisation d'entreprises sont conditionnées par l'identification préalable de locaux d'activité, à louer ou à acheter selon les cas, ou de terrains correspondant aux besoins prédéfinis et disponibles. Les acteurs publics locaux peuvent affecter sensiblement ces décisions de localisation en facilitant la recherche de

biens immobiliers ou fonciers satisfaisants aux attentes des entreprises. A cette fin, la plupart des collectivités locales, de même que les CCI, disposent de bases de données, d'une qualité variable, recensant les terrains et bâtiments disponibles dans leur zone de compétence.

L'exercice de ces différentes influences nécessite toutefois que les collectivités locales ou les élus qui sont à leur tête soient informés de la volonté des entreprises d'ouvrir un nouveau site avant que cette volonté ne se concrétise effectivement. Une telle information peut être obtenue au travers de pratiques de démarchage actif auprès des entreprises, en particulier des plus grandes (Joffre et Koenig, 1985). Le hasard y joue également un rôle. Néanmoins, dans la grande majorité des cas, ce sont les démarches que l'entreprise elle-même effectue auprès des collectivités locales qui révèlent l'existence de son projet d'implantation. Seule une partie des décisions de localisation des entreprises industrielles et de réalisation de logiciels est donc exposée aux tentatives d'influence des acteurs publics locaux. Et ces tentatives n'ont pas nécessairement d'effet significatif sur le contenu de la décision finale. Ces différentes considérations expliquent que les choix de localisation de l'échantillon n'aient été, en moyenne, que faiblement affectés par les interventions d'administrations ou d'élus locaux.

b. Analyses bivariées

Les résultats des analyses univariées soulignent l'intérêt potentiellement très grand que présente la réalisation d'analyses bivariées sur les différentes variables issues de l'enquête par questionnaire et se rapportant aux acteurs de la décision de localisation. De telles analyses sont en effet à même de mettre à jour les circonstances particulières dans lesquelles la direction générale, acteur majeur de l'ensemble des processus de prise de décision étudiés, est secondée dans son choix par d'autres acteurs internes ou influencée par des acteurs extérieurs à l'entreprise. A cette fin, des analyses de la variance à un facteur ont été réalisées en utilisant comme variables à expliquer les 26 variables se rapportant aux acteurs de la décision de localisation et comme variables nominales explicatives les caractéristiques des observations collectées par questionnaire et complétées à partir de sources secondaires.

La variété des tailles des entreprises répondantes, premier facteur explicatif de la diversité des processus de décision

Le tableau 3.53 montre que la dichotomie dans la répartition des notes concernant le rôle des différents acteurs internes proposés aux répondants reflète essentiellement la diversité dans les tailles des entreprises répondantes. On retrouve ainsi, au sein de l'échantillon, l'opposition binaire posée par Schmenner (1982), Brossard (1997) ou encore Hayter (1997) entre PME et grandes entreprises. Cette opposition traduit simplement le fait que, dans les entreprises de petite taille, le dirigeant de plus haut rang concentre souvent l'ensemble des tâches de direction alors que ces tâches sont en partie assurées, dans les entreprises de plus grande taille, par différents services ou départements spécialisés.

Tableau 3.53 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « taille de l'entreprise»

Acteurs de la décision	Moyenne PME	Moyenne Grandes entreprises	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**62**	**39**	**102**		
Rôle des responsables de divisions/branches/filiales	0,82	2,63	1,53	23,203	0,000
Rôle de la direction des affaires immobilières	0,13	1,05	0,49	13,853	0,000
Rôle de la direction des ressources humaines	0,45	1,48	0,85	13,740	0,000
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s)	0,16	0,90	0,45	11,470	0,001
Influence des administrations locales	0,16	0,75	0,39	7,811	0,006
Degré de collégialité dans la prise de décision	1,23	2,08	1,55	6,613	0,012
Rôle de la Direction Générale	4,56	4,03	4,35	4,417	0,038
Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance	0,74	1,5	1,04	4,368	0,039

Dans les PME de l'échantillon, la prise de décision est très peu collégiale. Le dirigeant de plus haut niveau (selon les cas, PDG, DG ou gérant) mène à bien, généralement seul, l'intégralité du processus de choix de la nouvelle localisation.

Dans les grandes entreprises, les membres de la direction générale jouent toujours un rôle pivot dans la prise de décision, en conservant notamment le rôle de décideur final. En revanche, ils sont secondés, dans leur tâche de recherche et de sélection de la nouvelle localisation, par les directions de différentes entités opérationnelles et fonctionnelles de leur entreprise, voire, plus rarement, par des cabinets de conseil extérieurs. Le processus de choix

de la nouvelle localisation est également placé sous un contrôle plus étroit du Conseil d'administration ou de surveillance de l'entreprise, restreignant ainsi la liberté de manœuvre de la Direction Générale dans ce domaine.

Ces différences entre PME et grandes entreprises ne sont pas propres aux seules décisions de localisation. En ce sens, les résultats des ANOVA sur la variable taille de l'entreprise, présentés dans le tableau 3.53, ne sont ni très surprenants, ni très novateurs.

Implication des acteurs locaux et volonté de conserver le personnel qualifié lors de transferts d'activités

Au vu du tableau 3.53, les acteurs locaux directement concernés par le choix de localisation ne jouent pas un rôle significativement plus important dans les PME par rapport aux grandes entreprises.

En revanche, ces acteurs locaux jouent un rôle significativement plus important dans la prise de décision lors d'opérations de transferts d'activités par rapport aux cas où l'ouverture du nouveau site correspond, pour l'entreprise, à la création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité (tableau 3.54). Dans ce dernier type de décision, le fonctionnement du nouveau site repose en effet pour l'essentiel sur du personnel nouvellement recruté qui, n'étant pas dans l'entreprise au moment du choix de localisation, ne peut fort logiquement pas l'influencer.

Tableau 3.54 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « type de décision de localisation »

Acteurs de la décision	Moyenne Transferts partiels	Moyenne Transferts totaux	Moyenne Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**23**	**48**	**30**	**101**		
Rôle du futur responsable du nouveau site	1,57	2,44	0,81	1,75	6,411	0,002
Influence du pouvoir politique national	0	0	0,39	0,12	5,851	0,004
Rôle des salariés concernés par la décision	1,65	1,94	0,84	1,54	3,713	0,028
Rôle de la direction des affaires immobilières	0,26	0,83	0,13	0,49	3,404	0,037

A l'inverse, dans le cas d'opérations de transferts, tout particulièrement dans le cas de transferts totaux, le bon fonctionnement du nouveau site dépend fortement du maintien dans

l'entreprise du personnel employé sur le ou les sites d'origine des activités transférées. L'implication des salariés concernés dans la prise de décision ainsi que, pour les transferts totaux, celle des responsables des sites transférées, vise donc à s'assurer que la solution retenue est à même de les satisfaire. Il s'agit en particulier d'éviter que le déménagement de leur poste de travail n'ait des conséquences néfastes trop importantes sur leur équilibre personnel. Celles-ci sont en effet susceptibles de se répercuter sur leur motivation, voire même, dans les cas les plus extrêmes, de les conduire à quitter l'entreprise. Ces départs éventuels sont d'autant plus préjudiciables à l'entreprise qu'ils concernent du personnel hautement qualifié, nécessairement plus difficile à remplacer. De ce fait, l'implication des salariés concernés dans la prise de décision est d'autant plus forte que le pourcentage d'ingénieurs et de cadres parmi ces derniers est élevé (tableau 3.55).

Tableau 3.55 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « pourcentage d'ingénieurs et de cadres dans l'effectif du nouveau site»

Acteurs de la décision	Moyenne Moins de 10%	Moyenne entre 10 et 25%	Moyenne Entre 25 et 50%	Moyenne Plus de 50%	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**30**	**34**	**12**	**23**	**102**		
Rôle des salariés concernés par la décision	0,84	1,38	1,67	2,57	1,52	4,677	0,004
Rôle du futur responsable du nouveau site	0,87	1,88	3,33	2	1,77	4,649	0,004

Au sein de l'échantillon, les acteurs locaux sont associés bien plus étroitement à la prise de décision lorsque les sites nouvellement créés accueillent des activités de services ou du tertiaire industriel supérieur (voir tableau 3.56, page suivante). Dans le dernier cas, l'association des acteurs locaux au processus de prise de décision s'accompagne d'une forte implication de la direction des ressources humaines dans ce processus décisionnel. Celle-ci témoigne de la préoccupation particulièrement forte de la direction des entreprises concernées pour les conséquences humaines de ces décisions d'implantation. Ces résultats recoupent ceux présentés dans les tableaux 3.54 et 3.55. En effet, les 5 choix de localisation d'activités de ce type que compte l'échantillon correspondent à des opérations de transferts (transferts totaux dans 3 cas, partiels dans 2 cas) concernant des salariés aux niveaux de qualification relativement élevés (dans 3 cas l'effectif salarié du nouveau site compte entre 25% et 50% d'ingénieurs et de cadres après un an d'activité, ce pourcentage dépasse les 50% dans les 2 cas restants).

Tableau 3.56 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « activité principale du nouveau site »

Acteurs de la décision	Moyenne Production de biens	Moyenne Services	Moyenne Tertiaire industriel supérieur	Moyenne R&D	Moyenne Logistique et stockage	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**52**	**35**	**5**	**3**	**7**	**102**		
Rôle de la direction des affaires immobilières	0,15	0,8	2,8	0	0	0,49	7,085	0,000
Rôle du futur responsable du nouveau site	1,19	2,66	2,6	0,67	1,14	1,75	3,394	0,012
Rôle de la direction des ressources humaines	0,56	1,09	2,6	0	1	0,85	3,119	0,018
Rôle de la Direction Générale	4,58	4,23	5	2,67	3,57	4,35	2,933	0,025
Rôle des salariés concernés par la décision	1,15	2,09	2,8	1,67	0,71	1,54	2,497	0,048

Le poids des acteurs locaux dans les choix de localisation étudiés ne doit cependant pas être surestimé. Il demeure généralement limité au regard de la prépondérance de la direction générale dans la prise de décision. Cette prépondérance vise à éviter que les préférences personnelles de quelques-uns ne prennent le pas sur les intérêts de l'entreprise dans son ensemble. Dans le cas d'une opération de transfert d'activités sur un nouveau site, la consultation directe des salariés concernés peut même constituer un obstacle à la prise de la décision de localisation, chacun des salariés consultés ayant ses préférences propres et distinctes de celles des autres, notamment en fonction de son lieu de résidence actuel. Tout choix de localisation constitue de ce point de vue un compromis qui satisfera certains et qui en mécontentera d'autres. Dans ces conditions, une implication réelle des salariés concernés dans la prise de décision n'est envisageable que dans les cas où ceux-ci sont peu nombreux (en particulier dans les TPE) ou lorsque le transfert envisagé doit se réaliser à une échelle très locale (par exemple, à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine). Dans ces cas, une partie plus ou moins importante du processus de choix peut même être déléguée au futur responsable du nouveau site, qui se trouve souvent être, dans le cadre de transferts totaux, l'actuel responsable du site d'origine des activités transférées. Cette délégation partielle facilite la consultation directe du personnel concerné et, de ce fait, l'identification d'une solution à même d'emporter son adhésion. Néanmoins, la solution dégagée à l'issue de ce processus demeure toujours soumise, *in fine*, à l'aval de la direction générale.

Des premières implantations à l'international réalisées sous la pression de clients importants

Les statistiques descriptives présentées dans la section précédente ont permis de constater que les décisions de localisation étudiées sont, en moyenne, très peu affectées par les interventions d'acteurs extérieurs aux entreprises concernées. Ces interventions affectent cependant de manière sensible certaines catégories de décisions particulières. Même si elles n'en constituent pas l'unique déterminant, les pressions exercées par certains de leurs principaux clients jouent ainsi un rôle important dans les décisions des entreprises industrielles françaises de créer une première implantation productive dans un pays étranger (tableau 3.57).

Tableau 3.57 : Résultats des tests de différences de moyenne sur la variable de contingence « présence locale préalable de site(s) de l'entreprise »

Facteurs de localisation	Moyenne présence préalable dans la même région	Moyenne présence préalable dans le même pays	Moyenne aucune présence préalable dans le pays d'accueil	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**72**	**20**	**10**	**102**		
Influence de client(s)	0,22	0,65	1,8	0,62	3,510	0,034
Rôle des salariés concernés par la décision	1,69	1,65	0,2		3,165	0,046

Les contraintes extérieures qui pèsent alors sur ces décisions d'implantation relèguent au second rang les préoccupations internes, telles que la recherche de l'adhésion des salariés concernés à la solution retenue au travers de leur implication dans le processus de prise de décision.

Seules certaines catégories de décisions de localisation particulières sont exposées aux influences des pouvoirs publics

L'influence des pouvoirs publics s'exerce en priorité sur les décisions concernant les sites de plus grande taille. L'implantation ou, *a contrari*o, la fermeture d'un site de ce type dans une aire géographique a en effet des retombées sensibles sur le marché du travail local. Les décisions de localisation les concernant constituent de ce fait une cible privilégiée des politiques régionales et sont, à ce titre, les plus susceptibles d'être influencées par les actions incitatives des pouvoirs publics locaux. Cette influence demeure toutefois limitée au sein de l'échantillon (tableau 3.58).

Tableau 3.58 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « effectif du nouveau site après un an d'activité»

Acteurs de la décision	Moyenne de 1 à 9 salariés	Moyenne de 10 à 49 salariés	Moyenne de 50 à 249 salariés	Moyenne 250 salariés et plus	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**36**	**37**	**23**	**5**	**101**		
Rôle de la direction des affaires immobilières	0,06	0,62	0,39	3,2	0,5	11,491	0,000
Rôle de la direction des ressources humaines	0,53	0,76	0,87	3	0,81	5,253	0,002
Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance	033	1,27	1,35	3,2	1,05	5,113	0,003
Influence des administrations locales	0,03	0,35	0,61	1,4	0,35	4,149	0,008
Influence des pouvoirs politiques locaux	0,19	0,46	1	1,4	0,53	3,208	0,026

D'autre part, le tableau 3.59 permet de constater que l'influence de ces acteurs publics locaux sur les choix de localisation est négligeable lorsque le nouveau site est installé dans des locaux d'activité ou des bâtiments loués. Elle se situe dans la moyenne générale pour les opérations d'achat de locaux d'activité ou de bâtiments existants. Elle est en revanche significativement supérieure à la moyenne lorsque la création du nouveau site est réalisée au travers de l'achat de terrain(s) et de la construction de bâtiment(s) par l'entreprise.

Tableau 3.59 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site»

Acteurs de la décision	Moyenne Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s)	Moyenne Achats de locaux ou bâtiments existants	Moyenne Location de locaux ou bâtiments existants	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**24**	**13**	**63**	**102**		
Influence des administrations locales	1,04	0,54	0,13	0,57	7,249	0,001
Influence des pouvoirs politiques locaux	1,29	0,54	0,31	0,57	5,866	0,004
Rôle du futur responsable du nouveau site	1	1,08	2,16	1,74	3,533	0,033
Rôle de la direction financière	1,17	2,15	0,45	1,13	3,101	0,049

Ces différences de moyennes s'expliquent par les enjeux financiers bien plus importants que représentent les deux dernières catégories d'opérations immobilières. L'achat de biens immobiliers ou fonciers représente en effet pour les entreprises concernées un engagement, souvent conséquent, de ressources financières sur le moyen ou long terme.

En interne, l'importance des sommes en jeu incite la direction générale à faire plus appel à la direction financière pour l'assister dans son choix. L'objectif est alors de faciliter le montage financier permettant la mise en œuvre du projet de nouveau site. A l'inverse, le futur responsable du nouveau site tient une place bien plus réduite dans ces processus de décision par rapport aux cas où le nouveau site est installé dans des locaux loués.

Les pouvoirs publics proposent tout un arsenal d'aides de natures diverses permettant aux entreprises d'alléger le montant de leurs investissements immobiliers, pour peu qu'elles décident d'implanter leur nouveau site dans les zones d'éligibilité de ces aides. Les entreprises peuvent donc être guidées dans leurs choix de localisation par la volonté de bénéficier au maximum des aides offertes.

En outre, dans les cas où l'entreprise procède à l'achat de terrain(s) et à la construction de bâtiment(s), la création effective du nouveau site nécessite de trouver un terrain disponible et correspondant aux attentes tant du point de vue de ses caractéristiques physiques que de son prix. Comme cela a été souligné précédemment, les collectivités locales jouent un rôle central dans la mise à disposition des terrains nécessaires. La diligence de certaines d'entre elles dans l'identification des terrains disponibles, dans leur viabilisation ainsi que dans la délivrance des autorisations administratives afférentes (permis de construire, notamment) est alors de nature à inciter les entreprises à privilégier une commune ou une région au détriment d'une autre.

Au final, les entreprises tendent donc à faire plus appel aux administrations locales et aux pouvoirs politiques locaux pour mener à bien leur projet de nouveau site lorsque celui-ci implique l'achat de terrains et la construction de nouveaux bâtiments. Ce faisant, elles s'exposent aux diverses actions que ces acteurs entreprennent en vue d'influencer leurs choix de localisation dans un sens qui soit favorable à l'ensemble de la collectivité dont ils ont la charge. Cependant, même dans ces circonstances, l'efficacité de ces tentatives d'influence demeure limitée. Certaines entreprises cherchent en effet explicitement à s'en préserver en finançant leur projet exclusivement sur des ressources propres. La plupart du temps, c'est simplement le fait que l'entreprise décide d'emblée de restreindre sa recherche d'un nouveau lieu d'implantation à une aire géographique très locale qui limite l'efficacité des interventions des pouvoirs publics sur leurs décisions de localisation.

Ainsi, au sein de l'échantillon, l'influence des actions des pouvoirs publics est plus sensible lorsque plusieurs régions ou plusieurs pays sont pris en considération par les décideurs par rapport aux processus de recherche restreints d'emblée à une échelle infra-régionale (tableau 3.60).

Tableau 3.60 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « échelle géographique de la recherche »

Acteurs de la décision	Moyenne recherches à une échelle infra-régionale	Moyenne recherches à une échelle inter-régionale	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**84**	**16**	**100**		
Influence du pouvoir politique national	0,05	0,5	0,12	9,693	0,002
Influence des administrations locales	0,30	0,94	0,4	4,613	0,029
Influence des pouvoirs politiques locaux	0,46	1,19	0,58	4,881	0,034

L'interprétation des résultats fournis par ces analyses bivariées est cependant délicate et limite d'autant leur portée. En effet, les techniques statistiques employées indiquent simplement la présence d'une corrélation statistique entre les deux variables considérées et non celle d'un lien de causalité. Si relation de causalité il y a, il apparaît difficile, à ce point, d'en déterminer le sens.

L'hypothèse qui a été faite est que les entreprises ont décidé d'emblée de procéder, pour ouvrir leur nouveau site, à l'achat de terrains et à la construction de bâtiments. Dans le cadre de cette interprétation, elles se seraient ensuite mises à la recherche de terrains convenant à leurs attentes. C'est au cours de cette recherche qu'elles ont pu être influencées, dans leurs choix de localisation, par les interventions des différents acteurs publics locaux, notamment sous la forme d'aides à l'implantation.

Toutefois, il est également possible que la nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site ait été choisie de manière définitive dans le courant du processus de recherche de la nouvelle localisation. Au moment où elle s'est engagée dans ce processus de recherche, l'entreprise n'envisageait donc pas nécessairement de procéder à l'achat d'un terrain et à la construction de bâtiments adaptés à ses besoins. C'est par la suite, au cours de sa recherche, qu'elle a opté pour cette solution, en réalisant que celle-ci, notamment grâce aux aides publiques proposées, devenait plus intéressante pour elle ou, tout simplement, réalisable. Dans le cadre de cette deuxième hypothèse, l'influence des pouvoirs publics locaux

ne porte pas sur la seule décision de localisation mais sur le binôme choix de localisation – choix de la nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site.

Les analyses bivariées présentées dans cette section ne donnent toutefois que des aperçus parcellaires sur les processus de prise de décision étudiés. La réalisation de traitements statistiques multivariés offre la possibilité d'obtenir une vision plus globale et, ainsi, d'identifier au sein de l'échantillon, des grands types de processus décisionnels.

2.3. Analyse en Composantes Principales sur les acteurs de la décision de localisation

L'enquête par questionnaire fournit une masse considérable d'informations sur le déroulement des processus de décision de localisation étudiées. Ainsi, en s'en tenant à la seule partie sur les acteurs de la décision, on obtient une matrice des données de 102 lignes pour 26 colonnes. La technique de l'Analyse en Composantes Principales (ACP) a donc été utilisée afin de résumer l'information contenue dans cette matrice des données initiale en un nombre plus réduit de dimensions synthétiques. Dans un deuxième temps, les dimensions ainsi obtenues ont été utilisées pour réaliser une analyse typologique en vue d'identifier des groupes distincts de processus de prise de la décision de localisation dans l'échantillon. Dans cette perspective, une ACP unique a été effectuée, synthétisant le rôle de tous les acteurs, internes et externes à l'entreprise, qui sont intervenus à un moment ou à un autre dans le choix de la nouvelle localisation[70].

La mise en œuvre de la procédure d'Analyse en Composantes Principales sur les variables concernant les acteurs de la décision de localisation a été réalisée sur le logiciel SPSS en plusieurs étapes successives[71] (voir encadré méthodologique 2 pour le détail des principes de mise en œuvre de la méthode de l'ACP) :

[70] A titre de test, une ACP synthétique intégrant, en plus des variables métriques concernant les acteurs de la décision, celles se rapportant aux caractéristiques générales du processus de recherche de la nouvelle localisation (présentées dans la section 2.2.1. du présent chapitre) a également été réalisée. Néanmoins, les résultats de cette ACP synthétique ne sont pas apparus très convaincants. Les variables ajoutées y constituent en effet des axes factoriels distincts au pouvoir explicatif relativement faible. Cette solution a donc été abandonnée au profit d'une ACP sur les seuls acteurs de la décision de localisation. Les variables concernant les caractéristiques générales du processus de recherche du lieu d'implantation du nouveau site ont été intégrées ultérieurement dans l'analyse typologique en qualité de variables illustratives (voir encadré méthodologique 3).

[71] Les résultats complets des différentes ACP pratiquées sur cet ensemble thématique de variables sont proposés dans l'annexe 2.1.1..

2.3.1. Mise en œuvre de la procédure sur l'ensemble de l'échantillon

a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des trois premiers axes factoriels

Une première ACP a d'abord été réalisée sur l'ensemble des 26 variables se rapportant au rôle des différents acteurs internes et externes dans la prise de décision et sur l'ensemble des 102 observations de l'échantillon. A l'issue de cette première ACP, la mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser, Meyer et Olkin (KMO) prend la valeur de 0,562. Cette valeur, bien que modeste, signale la capacité des items utilisés à être factorisés (voir Hair et alii, 1998).

Une fois établie la pertinence de l'utilisation de la méthode de l'Analyse en Composantes Principales sur l'ensemble des variables retenues, il convient de déterminer le nombre d'axes factoriels à extraire. L'application de la règle de Kaiser à cette ACP initiale conduirait à retenir 9 axes expliquant conjointement plus de 62% de la variance totale (tableau 3.61). Cette solution n'apparaît cependant pas pleinement satisfaisante puisque de nombreux axes ainsi retenus ont une valeur propre proche de 1 et, par là même, un pouvoir explicatif relativement faible. La règle de sélection des seuls axes dont la valeur propre est supérieure à 2, préconisée par Benzécri, est beaucoup plus restrictive puisqu'elle conduit, dans ce cas, à ne retenir que 3 axes. L'examen de la courbe des valeurs propres permet également d'identifier un point d'inflexion au niveau de la troisième dimension (graphique 3.1). Conformément aux principes énoncés dans l'encadré méthodologique 2 présenté ci-après, c'est donc cette solution à 3 axes qui a été retenue.

Il convient toutefois de signaler que les 3 dimensions ainsi extraites n'expliquent que 30% de la variance totale. L'adoption d'une règle de sélection des axes factoriels plus stricte que l'habituelle règle de Kaiser se traduit donc par une perte d'information importante. Ce résultat reflète toute la difficulté que présente la définition du nombre d'axes à extraire d'une ACP. A cette fin, de nombreuses procédures de choix ont été mises au point, qu'il s'agisse de règles empiriques ou de critères de choix statistiques. Aucune d'entre elles ne s'est révélée pleinement satisfaisante.

Les règles empiriques, telles que la règle de Kaiser, s'appuient sur l'expérience accumulée dans la mise en œuvre de ces techniques statistiques, mais leurs soubassements théoriques sont souvent minces. Ainsi, elles comportent toutes une part d'arbitraire. A l'inverse, les critères statistiques reposent sur des fondements mathématiques plus solides,

mais ils sont particulièrement délicats à mettre en œuvre (Lebart et alii, 2000). Ils sont de ce fait peu utilisés par les praticiens, et ce d'autant moins qu'ils sont rarement proposés à l'utilisateur par les logiciels statistiques existants sur le marché.

La solution qui a été retenue dans le cadre de cette thèse nous est apparue comme la mieux à même d'assurer la validité statistique des résultats obtenus tout en étant d'une utilisation aisée. La règle des valeurs propres supérieures à 2, comme le test du coude, permet d'éliminer les axes factoriels construits autour d'une variable initiale spécifique ou résultant de variations aléatoires dans les données collectées[72]. Leur emploi conjugué constitue donc une bonne garantie que toutes les dimensions autour desquelles se structure l'ensemble du nuage des observations ont été sélectionnées et seulement ces dimensions importantes, la parcimonie étant une facette importante, bien que souvent négligée, de la qualité des résultats d'une ACP (Hair et alii, 1998).

La proportion relativement faible de la variance totale restituée par la solution en 3 facteurs retenue dans le cas présent traduit simplement la grande diversité qui caractérise les processus décisionnels étudiés, au-delà de la place prédominante qu'y occupe la direction générale. Il s'agit donc, en soi, d'une information particulièrement intéressante.

[72] Des présentations plus détaillées des logiques sous-jacentes aux critères de sélection retenus peuvent être trouvées dans Hair et alii (1998, p. 104-105), pour le test du coude, et dans Evrard et alii (2000, p. 379 et 383) pour la règle des valeurs propres supérieures à 2.

Encadré méthodologique 2 :
L'analyse en composantes principales (ACP), principes généraux et mise en œuvre

1. Les objectifs de la méthode

Dans le cadre de cette recherche, l'Analyse en Composantes Principales (ACP) a été utilisée dans une perspective d'exploration et de résumé empirique des données collectées. Appliquée à un ensemble de variables continues, l'ACP permet en effet de décrire de façon synthétique les systèmes de liaisons existant entre ces variables. Pour ce faire, elle dégage de l'ensemble des données disponibles des facteurs ou axes exprimés comme des combinaisons linéaires exactes des variables initiales (Evrard et alii, 2000). Les ACP ont été réalisées à l'aide du logiciel statistique SPSS.

2. La mise en œuvre de la méthode

La mise en œuvre de la méthode de l'Analyse en Composantes Principales implique, de la part de l'utilisateur, un certain nombre de choix. Les choix effectués dans le cadre de la présente thèse sont les suivants :

2.1. La sélection des variables à factoriser

Il convient en premier lieu de se demander dans quelle mesure les données dont on dispose sont factorisables. Pour l'être, elles doivent former un ensemble suffisamment cohérent pour que les dimensions communes qui en seront extraites aient un sens et ne soient pas de simples artefacts statistiques (Evrard et alii, 2000). Ici, toutes les variables issues du dépouillement des questionnaires ne pourront être factorisées ensemble. Plusieurs ACP devront donc être réalisées sur des groupes de variables présentant une certaine homogénéité par rapport à des thèmes préalablement définis. Lors de la réalisation de chacune de ces ACP thématiques, deux tests formels ont été réalisés afin d'évaluer la capacité des variables initiales utilisées à être factorisées (Hair et alii, 1998) :

le test de sphéricité de Bartlett qui permet de tester si la matrice des corrélations est ou non une matrice identité ;

le test de mesure de précision de l'échantillonnage (ou *Measure of Sampling Adequacy*) proposé par Kaiser, Meyer et Olkin, dit aussi KMO. Une ACP ne pourra être envisagée sur les variables considérées que si la valeur du KMO est supérieure à 0,5.

La mise en œuvre de chacune des ACP thématiques s'appuie ensuite sur des choix méthodologiques similaires détaillés ci-dessous.

2.2. L'utilisation d'ACP normées

Les ACP thématiques sont des ACP normées. Cela signifie que les variables initiales ont été centrées et réduites préalablement à la mise en œuvre des analyses factorielles. Cette transformation préalable est destinée à rendre toutes les variables comparables quelles que soient les unités utilisées et les valeurs absolues des réponses données par les enquêtés (Lebart et alii, 2000). Les ACP ont ensuite été réalisées à partir des matrices de corrélations.

2.3. La détermination du nombre d'axes retenus pour l'analyse

Il existe plusieurs règles empiriques pour déterminer le nombre d'axes à extraire d'une ACP. La plus utilisée en sciences de gestion est sans conteste la règle dite de Kaiser (Igalens et Roussel, 1998). Dans le cadre de cette règle, ne sont retenus pour l'interprétation que les axes ayant des valeurs propres supérieures à 1.

La règle de Kaiser a cependant fait l'objet de nombreuses critiques. En effet, dans une ACP normée, la somme de toutes les valeurs propres est égale au nombre de variables utilisées. La valeur propre moyenne vaut donc 1. En conséquence, pour Lebart et alii (2000), il est préférable de ne s'intéresser qu'aux axes ayant des valeurs propres « notablement » supérieures à cette valeur-moyenne. Une première règle allant dans ce sens, initiée par Benzécri (1973), consiste à ne retenir que les axes ayant une valeur propre supérieure à 2, c'est-à-dire expliquant plus de (100/n) x 2 % de la variance totale (où n est le nombre total de variables utilisées, Evrard et alii, 2000). Une deuxième règle utilisable à cette fin est le test du coude ou *scree test*. Cette règle nécessite de tracer une courbe mettant en relation, en abscisse, les numéros des axes dans leur ordre d'extraction et, en ordonnée, la valeur propre associée à chacun d'eux. Le point d'inflexion à partir duquel la courbe, dont la pente est prononcée pour les premiers axes, se rapproche sensiblement de l'horizontale indique le nombre maximum d'axes factoriels à extraire. Le point d'inflexion de la courbe des valeurs propres indique en effet la limite à partir de laquelle la variance propre à chaque variable devient supérieure à la variance commune à l'ensemble des variables utilisées (Hair et alii, 1998). L'élimination des facteurs situés au-delà de ce point d'inflexion conduit donc à une perte d'information minimum.

En matière d'analyses factorielles, le recours simultané à plusieurs règles est recommandé (Hair at alii, 1998). Dans le cadre de cette thèse, les deux dernières règles présentées ont donc été utilisées conjointement pour déterminer le nombre d'axes à extraire de chacune des ACP thématiques. De manière générale, la règle de la valeur propre supérieure ou égale à 2 est apparue plus restrictive que le test du coude. Afin de ne pas omettre de dimension importante, le nombre d'axes retenus pour l'interprétation a donc été défini, lorsqu'il y avait divergence entre les deux règles, à partir des résultats de ce dernier.

2.4. Le choix d'une technique de rotation

Le recours aux techniques de rotation des axes dans l'espace factoriel est recommandé lorsque l'ACP initiale n'a pas produit de structure factorielle claire, c'est-à-dire lorsque de nombreuses variable ont des contributions élevées sur plusieurs facteurs (Igalens et Roussel, 1998). La rotation vise alors à faciliter l'interprétation des facteurs dégagés par l'ACP en augmentant les valeurs des coefficients de corrélation de certaines variables initiales avec les axes (Evrard et alii, 2000). Plusieurs techniques de rotation existent. Ici, une rotation de type Varimax a été systématiquement appliquée aux résultats initiaux des ACP thématiques. Cette méthode présente l'avantage d'être une rotation orthogonale, c'est-à-dire qu'elle maintient les axes à angle droit dans l'espace factoriel, ce qui facilite l'interprétation des résultats après rotation. C'est en outre la méthode de rotation la plus utilisée.

3. L'interprétation des axes factoriels

Les axes factoriels dégagés par les ACP peuvent être considérés comme des représentations des « dimensions latentes » du problème étudié (Evrard et alii, 2000). Leur compréhension est à ce titre essentielle. La sélection et l'interprétation des axes issus des ACP thématiques ont été effectuées à partir de trois tableaux fournis par le logiciel SPSS. Chacun de ces tableaux est présenté ci-dessous, ainsi que les clés de lecture qui ont été utilisées. Pour chaque ACP thématique, la matrice des communalités est fournies dans les annexes de la thèse, des versions simplifiées des deux autres tableaux, ainsi que la matrice des valeurs propres, étant intégrés dans le corps du texte, les versions complètes étant également fournies en annexe.

3.1. La matrice des communalités (intitulée « Qualité de la représentation » sous SPSS)

La matrice des communalités indique la part de la variance des variables initiales expliquée par les facteurs retenus. Elle permet ainsi de connaître, pour chacune des variables introduites dans l'analyse, la qualité de sa représentation par l'ensemble des facteurs principaux. En principe, les variables médiocrement représentées doivent être éliminées de l'analyse. Conformément à l'usage, nous avons considéré une variable comme médiocrement représentée lorsque moins de 50% de sa variance était prise en compte par les facteurs extraits de l'ACP (Hair et alii, 1998).

3.2. Le tableau de la variance expliquée et la courbe des valeurs propres

Ce tableau fourni la valeur propre et le pourcentage de la variance expliquée par chacun des axes factoriels dégagés par l'analyse. Il permet ainsi de déterminer, conjointement avec la courbe des valeurs propres, le nombre d'axes factoriels retenus à l'aide des deux règles citées dans la section 2.3. de cet encadré. Il permet également de s'assurer que l'application de ces deux règles restitue une part suffisamment importante de la variance totale. L'interprétation des résultats se fera à partir des données après rotation car la rotation Varimax est susceptible de modifier de manière importante la part de la variance expliquée par chaque axe.

3.3. Les matrices des composantes avant et après rotation

Ces matrices servent à interpréter les axes dégagés par les ACP. Elles permettent ainsi, au travers de l'étude des coefficients de corrélation entre chacune des variables initiales et les différents axes factoriels, de nommer les facteurs retenus. Plus un coefficient de corrélation est élevé, en valeur absolue, plus la variable correspondante contribue à la construction de l'axe considéré et, en conséquence, plus elle joue un rôle important dans son interprétation.

Graphiquement, les facteurs retenus représentent les principaux axes d'étirement du nuage des observations autour de son centre gravité dans l'espace des variables initiales. Les axes factoriels doivent donc nécessairement s'interpréter en termes de regroupement de certaines variables ayant des coefficients de corrélation élevés et de même signe avec cet axe et d'oppositions avec d'autres variables ayant des coefficients de corrélations élevés et de signe contraire (Lebart et alii, 2000). Il peut cependant arriver que toutes les variables initiales aient des coefficients de corrélation de même signe avec un axe. Ce cas de figure se présente la plus souvent pour le premier axe de l'ACP. On parle alors d' « effet de taille » (Tenenhaus, 1996).

Dans ce cas, l'axe en question oppose des individus caractérisés par des valeurs fortes pour l'ensemble des variables initiales à d'autres individus ayant des valeurs faibles sur ces mêmes variables.

Conformément à la pratique (Igalens et Roussel, 1998), les seuils qui ont été retenus pour juger de l'intensité de la corrélation des variables initiales aux axes sont les suivants :

lorsque le coefficient de corrélation est supérieur à 0,5 en valeur absolue, la variable concernée est considérée comme très fortement corrélée à l'axe ;

lorsque le coefficient de corrélation est compris entre 0,3 et 0,5 en valeur absolue, la variable concernée est considérée comme significativement corrélée à l'axe ;

lorsque le coefficient de corrélation est inférieur à 0,3 en valeur absolue, la variable concernée est considérée comme peu ou pas corrélée à l'axe et n'est donc pas retenue pour l'interprétation.

Dans les faits, nous avons interprété les axes issus des ACP thématiques à partir de la seule matrice des composantes après rotation car, comme cela a été indiqué plus haut, l'interprétation des coefficients de corrélation de cette matrice est plus aisée.

En outre, pour que l'interprétation des résultats soit claire, il faut que les variables initiales n'aient, après rotation, une contribution élevée que sur un facteur et un seul. En conséquence, les variables qui sont apparues fortement et positivement corrélées à plusieurs axes différents ont été exclues de l'analyse. Néanmoins, lorsqu'une variable était corrélée positivement à un axe et négativement à un autre, la variable a été conservée et l'interprétation des axes a été basée, dans le premier cas sur l'adoption de la variable et, dans le second cas, sur le rejet de la variable.

Pour l'interprétation des axes, nous nous sommes donc concentrés sur les variables présentant une corrélation supérieure à 0,5 avec l'axe considéré. Cette première interprétation a été ensuite complétée par l'examen des variables présentant une corrélation positive supérieure à 0,3 en valeur absolue avec l'axe (Hair et alii, 1998). Seules ces corrélations effectivement retenues pour l'interprétation sont présentées dans les matrices de composantes après rotation proposées dans le corps de la thèse pour chaque ACP thématique.

3.4. Principes d'élimination des items « anormaux »

Pour la réalisation de chacune des ACP thématiques, nous avons procédé de la manière suivante : Une première ACP a été réalisée sur l'ensemble des variables issues du questionnaire et correspondant au thème étudié. Pour chaque variable, trois conditions ont alors été étudiées :

la qualité de la représentation de la variable par l'ensemble des axes factoriels extraits, telle qu'indiquée dans la matrice des communalités, devait être satisfaisante, c'est-à-dire supérieure à 0.5 ;

la variable étudiée devait, dans la matrice des composantes après rotation, avoir une contribution supérieure à 0,5 en valeur absolue sur un des facteurs extraits de l'ACP ;

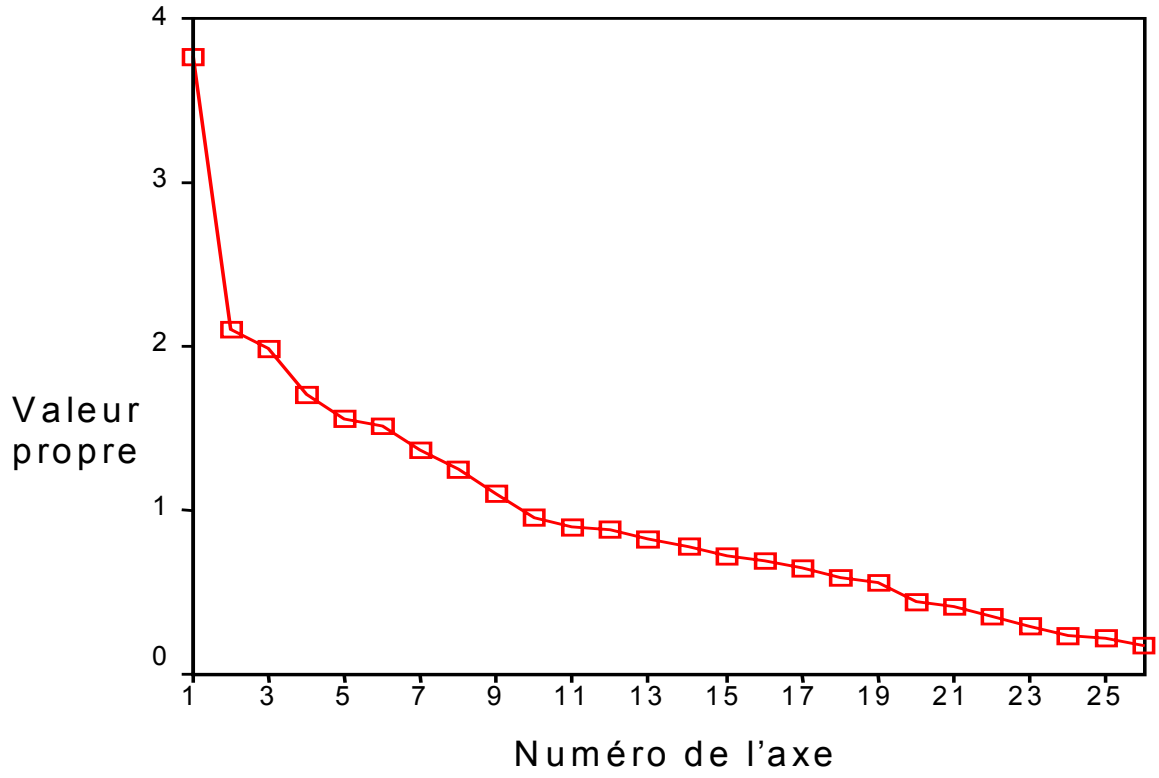
la variable étudiée devait être liée, après rotation, à un et un seul facteur, c'est-à-dire qu'elle ne devait pas avoir de contribution supérieure à 0,5 et de même signe sur plusieurs facteurs simultanément.

Les variables ne satisfaisant pas ces conditions ont été éliminées de l'analyse de manière itérative (Hair et alii, 1998). Après élimination de chacune des variables anormales, nous avons procédé à une nouvelle ACP sur les variables restantes (Evrard et alii, 2000). La solution obtenue *in fine*, et dont les résultats sont présentés, correspond donc à la première ACP dans laquelle toutes les variables initiales retenues sont correctement représentées et où chacune d'entre elles est fortement corrélée à un et un seul des facteurs principaux dégagés.

Tableau 3.61 : Valeurs propres avant rotation et variance totale expliquée par les axes extraits de l'ACP initiale sur l'ensemble des 26 variables initiales

Axes	Valeur propre initiale	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	**3,765**	**14,480**	**14,480**
2	**2,102**	**8,085**	**22,565**
3	**1,987**	**7,642**	**30,208**
4	1,709	6,574	36,782
5	1,562	6,007	42,789
6	1,512	5,814	48,604
7	1,361	5,233	53,837
8	1,249	4,803	58,640
9	1,110	4,270	62,910
10	,961	3,696	66,605
11	,902	3,468	70,074
12	,880	3,386	73,460
13	,816	3,139	76,599
14	,773	2,971	79,571
15	,717	2,759	82,329
16	,691	2,657	84,986
17	,642	2,470	87,456
18	,582	2,239	89,696
19	,554	2,131	91,827
20	,438	1,685	93,511
21	,406	1,561	95,072
22	,349	1,343	96,415
23	,299	1,151	97,566
24	,240	,925	98,490
25	,219	,842	99,332
26	,174	,668	100,000

Graphique 3.1 : Courbe des valeurs propres de l'ACP réalisée sur l'ensemble des 26 variables initiales



b. Elimination des items mal représentés par la solution en trois axes

Une nouvelle Analyse en Composantes Principales a ensuite été réalisée en spécifiant au logiciel SPSS un nombre d'axes à extraire égal à 3. L'examen de la matrice des communalités obtenue à l'issue de cette deuxième ACP a permis de constater que bon nombre des items initiaux étaient mal représentés par les axes extraits. Les items mal représentés ont donc été éliminés de manière itérative. Lors de cette démarche, les items suivants ont été successivement éliminés :

- Autres influences ;
- Influence de client(s) ;
- Influence des autres actionnaires ;
- Niveau de consensus dans la prise de décision ;
- Rôle de la direction marketing/commerciale ;
- Influence de l'actionnaire principal ou du groupe contrôlant l'entreprise ;
- Rôle de la Direction Générale ;

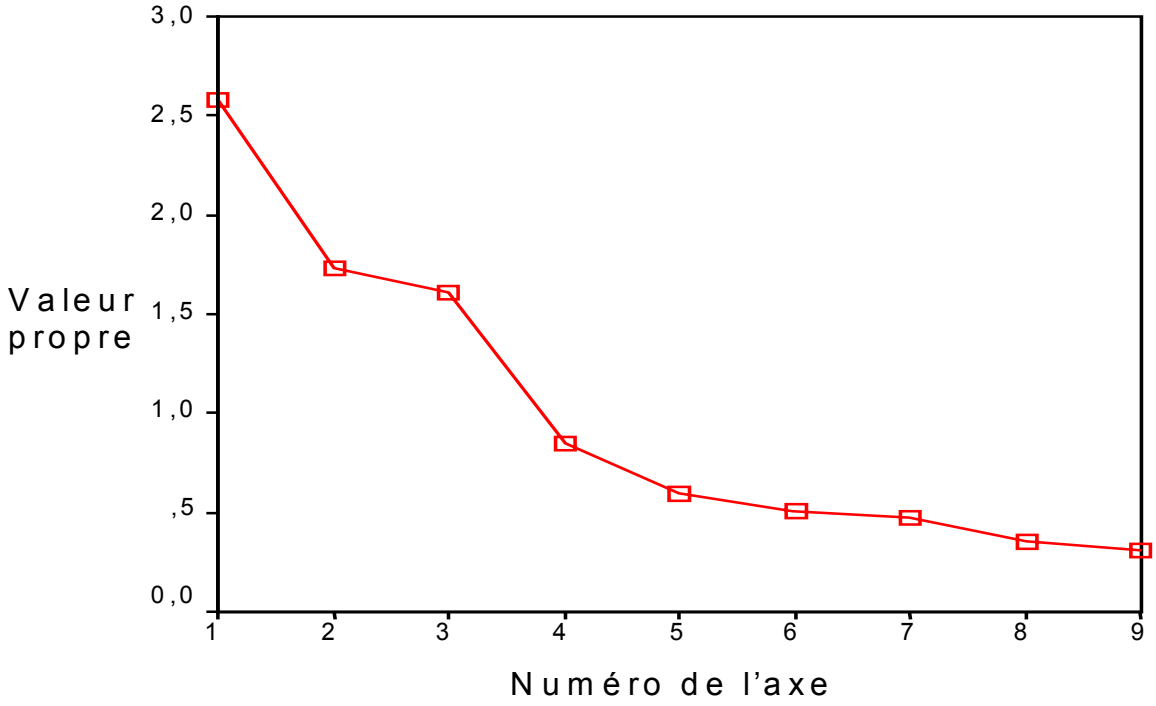
- Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance ;
- Degré de collégialité dans la prise de décision ;
- Rôle du futur responsable du nouveau site ;
- Rôle des salariés concernés par la décision ;
- Rôle de la direction de la production ;
- Rôle de la direction de la stratégie ;
- Rôle des responsables de division, de branches et/ou de filiales ;
- Rôle des responsables des autres sites existants de l'entreprise ;
- Influence du pouvoir politique national ;
- Rôle de la direction financière.

Une fois tous ces items éliminés, une nouvelle ACP a été réalisée sur les 9 items restants. Dans cette dernière solution, les deuxième et troisième dimensions ont une valeur propre inférieure à 2 (tableau 3.62). Elles ont néanmoins été conservées sur la base de l'examen de la courbe des valeurs propres associée à cette nouvelle ACP qui permet de constater la présence d'un coude marqué au niveau de la troisième dimension (graphique 3.2).

Tableau 3.62 : Variance totale expliquée par les trois axes extraits de l'ACP sur les 9 variables restantes

Axe	Avant rotation			Après rotation		
	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	2,579	28,656	28,656	2,217	24,636	24,636
2	1,737	19,301	47,957	2,063	22,921	47,557
3	1,605	17,838	65,795	1,641	18,238	65,795

Graphique 3.2 : Courbe des valeurs propres de l'ACP sur les 9 variables restantes



La mesure de précision d'échantillonnage KMO associée à cette dernière ACP vaut 0,646. Cette nouvelle valeur, non seulement demeure acceptable, mais elle est en outre supérieure à la valeur associée à l'ACP initiale. Les trois dimensions finalement extraites expliquent conjointement prés de 66% de la variance totale sur les variables restantes. Le tableau 3.62 détaille le pouvoir explicatif de chacun des axes retenus avant et après la mise en œuvre de la rotation Varimax.

c. Détection et élimination d'une observation atypique

Le tableau 3.63 présente les corrélations les plus significatives, après rotation, entre les 9 variables initiales restantes et les trois axes factoriels extraits à l'aide de l'Analyse en Composantes Principales. Les données fournies par ce tableau sont, par elles-mêmes, porteuses d'enseignements importants quant au déroulement des processus de prise de décision étudiés. A ce titre, il était prévu qu'elles fassent l'objet d'une interprétation autonome.

Toutefois et comme cela a été précisé en préambule à la présente section, l'objectif premier de la procédure d'ACP mise en œuvre ici est d'obtenir un résumé de l'information

contenue dans la matrice des données initiales en permettant l'identification des principaux axes d'étirement du nuage des observations.

Dans un deuxième temps, la technique de la classification ascendante hiérarchique a donc été appliquée, à l'aide du logiciel SPAD, aux coordonnées des 102 observations sur les trois axes factoriels retenus (pour plus de précisions, voir l'encadré méthodologique 3 en section 2.4.). Or, les résultats obtenus à l'issue de la mise en œuvre de la classification ont révélé la présence dans l'échantillon d'une observation atypique. L'observation N° 23 constitue en effet à elle seule une classe qui résiste à la procédure d'agrégation jusqu'au niveau de la partition en 3 classes. Outre le fait qu'elle affecte de manière évidente les résultats de la classification, la présence de cet *outlier* est susceptible de fausser de manière importante les résultats de l'ACP (Lebart et alii, 2000).

En accord avec les principes exposés dans l'encadré méthodologique 3 (voir plus loin), cette observation atypique a donc été éliminée et l'ensemble des traitements statistiques multivariés (ACP et CAH) sur les variables se rapportant aux acteurs de la décision de localisation a été recommencé sur les 101 individus restants.

Le tableau 3.63 est donc fourni à titre d'information. Les données qu'il contient permettront d'évaluer les distorsions causées par la présence de l'observation atypique repérée mais elles ne feront pas l'objet d'une interprétation.

Tableau 3.63 : Résultats de l'Analyse en Composantes Principales sur l'ensemble des 102 observations de l'échantillon[73]

	1	2	3
Pourcentage de la variance expliquée par l'axe	**24,64%**	**22,92%**	**18,24%**
Rôle de la direction des affaires immobilières	**,864**		
Rôle de la direction des ressources humaines	**,737**		
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) en localisation	**,665**		-,301
Rôle des représentants du personnel et/ou du CE	**,643**		
Influence de fournisseur(s)		**,829**	
Influence du ou des partenaires dans la filiale		**,803**	
Influence de banque(s) participant au projet		**,778**	
Influence des administrations locales			**,841**
Influence des pouvoirs politiques locaux			**,828**

[73] Afin d'assurer une meilleure lisibilité au tableau, seules les composantes effectivement utilisées pour l'interprétation des axes, à savoir les composantes supérieures à 0,3 en valeur absolue, ont été représentées. Les composantes supérieures à 0,5 en valeur absolue ont été indiquées en caractères gras.

2.3.2. Mise en œuvre de la procédure sur les 101 observations restantes après élimination de l'observation atypique

a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des deux premiers axes factoriels

La procédure de l'ACP a été reprise depuis le début sur les 101 observations restantes après élimination de l'*outlier*.

La valeur du KMO associée à la première ACP réalisée sur l'ensemble des 26 variables initiales est 0,512. Cette valeur, inférieure à celle obtenue sur l'ensemble des 102 observations de l'échantillon, est relativement médiocre. Elle demeure toutefois acceptable, autorisant ainsi la réalisation de l'ACP sur l'ensemble des variables utilisées.

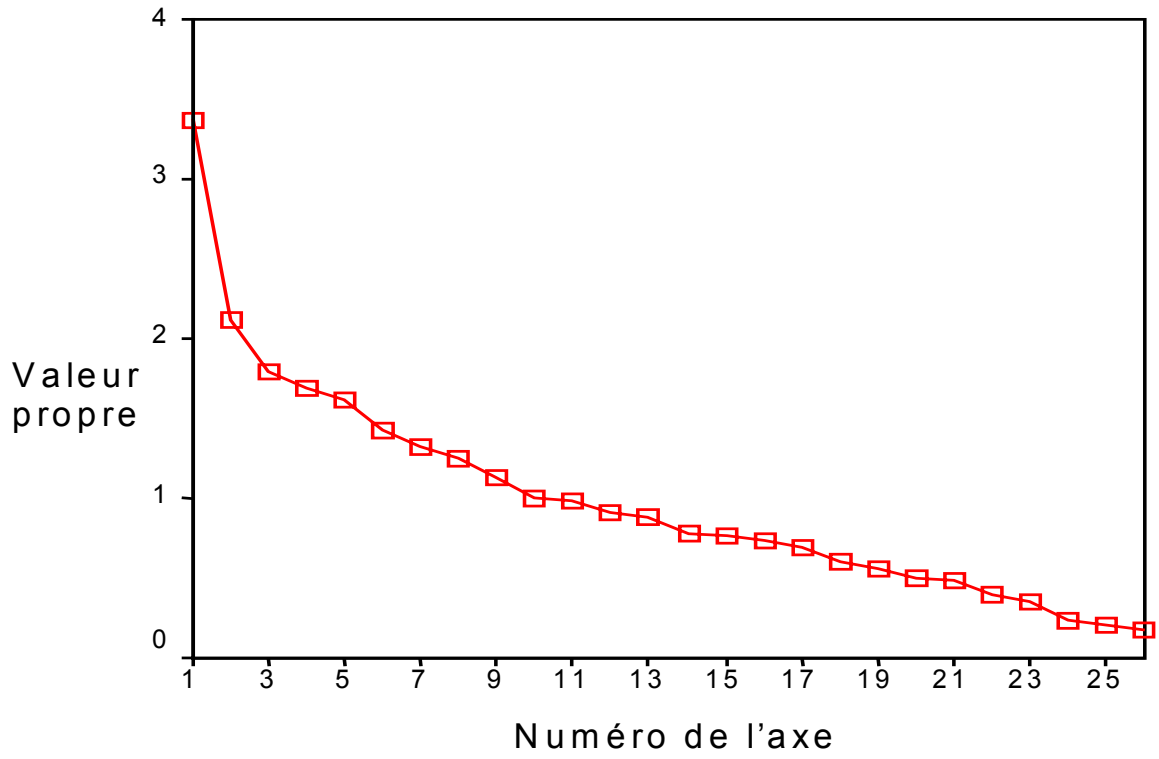
La règle de sélection des seuls axes dont la valeur propre est supérieure à 2 conduit, dans ce cas, à ne retenir que 2 axes, c'est-à-dire un de moins que précédemment (tableau 3.64). L'examen de la courbe des valeurs propres ne permet pas, pour sa part, d'identifier de point d'inflexion correspondant à un réel changement de concavité (Evard et alii, 2000). Il confirme cependant le choix de la solution en 2 dimensions puisque le graphique 3.3 montre que la pente de la courbe s'atténue très nettement après le deuxième axe factoriel.

Les deux dimensions extraites expliquent un peu plus de 21% de la variance globale, soit un total encore plus faible que les 3 dimensions extraites de l'ACP sur la totalité des 102 observations de l'échantillon.

Tableau 3.64 : Valeurs propres avant rotation et variance totale expliquée par les axes extraits de l'ACP initiale sur l'ensemble des 26 variables initiales

Axes	Valeur propre initiale	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	**3,368**	**12,954**	**12,954**
2	**2,122**	**8,163**	**21,118**
3	1,793	6,897	28,015
4	1,690	6,499	34,513
5	1,617	6,219	40,733
6	1,424	5,477	46,210
7	1,329	5,113	51,323
8	1,247	4,795	56,118
9	1,130	4,346	60,464
10	,994	3,822	64,286
11	,978	3,763	68,050
12	,911	3,504	71,554
13	,888	3,417	74,970
14	,786	3,025	77,995
15	,763	2,934	80,930
16	,734	2,823	83,753
17	,695	2,673	86,426
18	,598	2,301	88,727
19	,562	2,163	90,890
20	,507	1,950	92,840
21	,491	1,889	94,729
22	,397	1,528	96,256
23	,350	1,347	97,603
24	,237	,912	98,514
25	,207	,794	99,309
26	,180	,691	100,000

Graphique 3.3 : Courbe des valeurs propres de l'ACP réalisée sur l'ensemble des 26 variables initiales



b. Elimination des items mal représentés par la solution en deux axes

De la même manière que précédemment, les items mal représentés par les deux premiers axes extraits de l'ACP ont été éliminés de manière itérative. Dans le cas présent, les items suivants ont été successivement retirés de l'analyse :

- Influence de banque(s) participant au projet ;
- Influence du ou des partenaires dans la filiale ;
- Autres influences ;
- Rôle de la Direction Générale ;
- Niveau de consensus dans la prise de décision ;
- Influence des autres actionnaires ;
- Influence de client(s) ;
- Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance ;
- Rôle de la direction marketing/commerciale ;
- Influence de l'actionnaire principal ou du groupe contrôlant l'entreprise ;

- Rôle de la direction de la stratégie ;
- Rôle de la direction de la production ;
- Degré de collégialité dans la prise de décision ;
- Rôle des responsables des autres sites existants de l'entreprise ;
- Influence de fournisseur(s) ;
- Rôle du futur responsable du nouveau site ;
- Rôle des salariés concernés par la décision ;
- Rôle des responsables de division, de branches et/ou de filiales ;
- Rôle de la direction financière ;
- Influence du pouvoir politique national ;
- Rôle des représentants du personnel et/ou du CE.

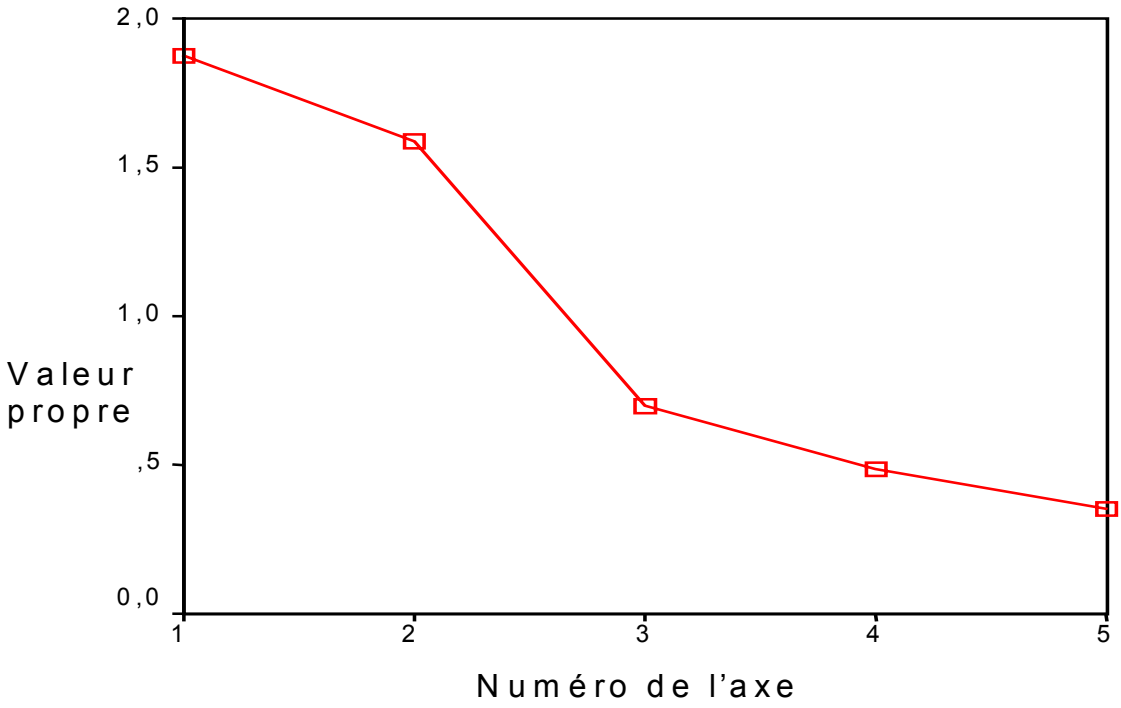
Le grand nombre d'items éliminés est dû au fait que les deux axes conservés ne représentent qu'une faible part du nombre total d'axes extraits par l'ACP initiale (26).

Une dernière ACP a ensuite été réalisée sur les 5 items restants. Dans cette ACP, les deux dimensions retenues ont une valeur propre inférieure à 2 (tableau 3.65). Elles ont néanmoins été conservées, la pente de la courbe des valeurs propres s'atténuant manifestement après la deuxième composante (graphique 3.4).

Tableau 3.65 : Variance totale expliquée par les deux axes extraits de l'ACP sur les 5 variables restantes

Axe	Avant rotation			Après rotation		
	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	1,878	37,560	37,560	1,864	37,274	37,274
2	1,589	31,783	69,344	1,603	32,070	69,344

Graphique 3.4 : Courbe des valeurs propres de l'ACP sur les 5 variables restantes



La valeur du KMO associée à cette dernière ACP est de 0,554. Cette nouvelle valeur, toujours acceptable, est légèrement supérieure à la valeur associée à l'ACP initiale. Les deux dimensions finalement extraites expliquent conjointement prés de 70% de la variance totale sur les 5 variables restantes (tableau 3.65).

2.3.3. L'interprétation des deux axes extraits de l'ACP

Les tableaux 3.66 et 3.67 présentent les corrélations les plus significatives entre les variables initiales et les deux axes ou dimensions finalement retenues à l'issue de l'Analyse en Composantes Principale sur les acteurs de la décision de localisation avant et après la mise en œuvre de la rotation Varimax.

La comparaison du tableau 3.67 avec le tableau 3.63 présenté plus haut montre toute l'étendue des distorsions introduites par la présence de l'observation atypique. Le retrait de l'analyse de cette observation se traduit en effet par le choix de la solution en deux facteurs en lieu et place de la solution en trois facteurs. L'ordre des facteurs a en outre changé puisque le deuxième facteur extrait par l'ACP sur les 101 observations restantes n'était que le troisième par le pourcentage de la variance globale expliquée à l'issue de l'ACP sur l'ensemble de

l'échantillon. La présence de l'*outlier* a donc eu pour conséquence d'accroître artificiellement l'importance d'une composante (la composante N°2 du tableau 3.63) qui ne représentait pas réellement, dans les faits, un des principaux axes d'étirement du nuage des observations.

Tableau 3.66 : Résultats avant rotation de l'Analyse en Composantes Principales sur le rôle des acteurs de la décision de localisation[74]

	1	2
Pourcentage de la variance expliquée par l'axe	**37,56%**	**31,78%**
Rôle de la direction des affaires immobilières	**,870**	
Rôle de la direction des ressources humaines	**,750**	
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) en localisation	**,697**	-,378
Influence des pouvoirs politiques locaux		**,831**
Influence des administrations locales		**,826**

La lecture parallèle des tableaux 3.66 et 3.67 permet de constater que la mise en œuvre de la rotation Varimax n'est pas indispensable dans ce cas précis. En effet, l'interprétation peut aisément être réalisée à partir de la matrice des composantes avant rotation (tableau 3.66) puisque aucune des 5 variables initiales utilisées ne présente de corrélation significative et de même signe avec les deux axes factoriels retenus. Dans ces conditions, la rotation Varimax, qui se conçoit avant tout comme une aide à l'interprétation (Igalens et Roussel, 1998) apparaît superflue. L'interprétation des deux dimensions, présentée ci-après, a donc été effectuée à partir de la solution avant rotation (tableau 3.66). Ce choix n'est pas anodin. Il rend en effet possible l'établissement d'un lien direct entre l'interprétation des résultats de l'ACP sur les acteurs de la décision et celle de l'analyse typologique réalisée ultérieurement sur la base de ces résultats. Ce lien permet, le cas échéant, d'évaluer dans quelle mesure les deux axes issus de l'ACP ont contribué à la construction des différentes classes d'observations dégagées. Un tel lien n'aurait pu être établi à partir des résultats de l'ACP après rotation puisque le logiciel SPAD, préféré à SPSS pour la réalisation de l'analyse typologique en raison de la richesse des informations qu'il fournit, ne permet pas de pratiquer de rotation des axes préalablement à leur utilisation dans la procédure de classification (pour plus de détails sur la mise en œuvre des techniques de classification dans le cadre de cette thèse, voir plus loin, encadré méthodologique 3).

[74] De la même manière que dans le tableau 3.63, seules les composantes effectivement utilisées pour l'interprétation des axes, à savoir les composantes supérieures à 0,3 en valeur absolue, ont été représentées dans les tableaux 3.66 et 3.67. Les composantes supérieures à 0,5 en valeur absolue ont été indiquées en caractères gras.

Tableau 3.67 : Résultats de l'Analyse en Composantes Principales sur le rôle des acteurs de la décision de localisation après rotation Varimax

	1	2
Pourcentage de la variance expliquée par l'axe	**37,27%**	**32,07%**
Rôle de la direction des affaires immobilières	**,895**	
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) en localisation	**,763**	
Rôle de la direction des ressources humaines	**,692**	,337
Influence des pouvoirs politiques locaux		**,852**
Influence des administrations locales		**,847**

A la lecture du tableau 3.66, les pourcentages de la variance globale expliquée par les deux axes retenus apparaissent très bons. Il convient toutefois de garder à l'esprit que la variance globale en question ne concerne que les 5 items conservés à l'issue de la procédure d'élimination itérative des variables mal représentées par la solution en deux axes. Ces deux axes ne représentent en fait, conjointement, qu'un peu plus de 21% de la variance globale sur l'ensemble des 26 variables caractérisant le rôle des différents acteurs dans la prise de la décision. La portée des résultats obtenus doit donc être relativisée et l'interprétation des axes proposée ci-dessous doit être considérée avec toute la prudence qui s'impose dans ces conditions.

Les deux dimensions extraites représentent les principaux axes d'étirement du nuage des observations autour de son centre de gravité dans l'espace des cinq variables initiales restantes (Tenenhaus, 1996). Chacune de ces dimensions doit donc nécessairement s'interpréter en termes d'opposition entre son côté positif, d'une part, et son côté négatif, d'autre part (voir supra, encadré méthodologique 2). Or, dans le cas présent, une seule des variables initiales utilisées a une corrélation significativement négative avec l'un des deux axes.

Or, les statistiques descriptives présentées dans la section 2.2.2.a montrent que, non seulement le rôle de la direction générale est prépondérant dans l'ensemble de l'échantillon de décisions de localisation, mais que, en outre, cette prépondérance se retrouve dans toutes les décisions étudiées puisque le coefficient de variation sur l'item « rôle de la direction générale » est remarquablement faible (voir plus haut, tableau 3.50). Chacun des axes dégagés oppose donc, du côté négatif, des processus décisionnels centralisés dans leur intégralité (ou dans leur quasi-intégralité pour l'axe 2) au niveau de la direction générale de l'entreprise concernée et, du côté positif, des cas où la direction générale a été secondée ou influencée dans son processus de choix par d'autres acteurs internes ou extérieurs à l'entreprise. Cette

précision d'importance étant faite, il est maintenant possible d'interpréter correctement les deux axes ou dimensions retenues.

Dimension 1 : Recours à des acteurs spécialisés vs rôle exclusif de la Direction Générale

Le premier axe représente, après rotation, plus de 37% de la variance totale. Du côté positif, il se caractérise par le recours, par la direction générale, à des acteurs spécialisés afin de l'assister dans son choix. Ces acteurs spécialisés peuvent être des directions fonctionnelles de l'entreprise (Direction des affaires immobilières, Direction des Ressources Humaines) ou des cabinets de conseil externes.

Etant donné le rôle central joué par la direction générale dans l'ensemble des décisions de localisation de l'échantillon, l'intervention, en interne, de directions fonctionnelles dans le processus de prise de décision relève plus d'une démarche de conseil par rapport à leurs compétences spécifiques que d'une logique de délégation pure et simple de la décision. La direction des ressources humaines est ainsi chargée d'évaluer et de gérer les conséquences humaines des décisions de localisation. Il s'agit en particulier, par la concertation et la communication, de prévenir d'éventuelles réactions négatives de la part des salariés concernés lors d'opérations de transferts d'activités sur de nouveaux sites. Le rôle de la DRH est particulièrement important lorsque l'ampleur de l'opération de transfert, tant du point de vue de son échelle géographique que de l'effectif concerné, nécessite la mise en place d'un plan social sur le ou les sites d'origine des activités transférées. Dans ce cas, l'information et le dialogue avec les représentants du personnel constituent, en France du moins, une obligation légale. Ils prennent de ce fait un caractère plus formel.

Il n'existe de direction des affaires immobilières autonome que dans les entreprises de plus grande taille. Lorsque tel est le cas, la direction générale fait naturellement appel à son expertise dans le cadre des décisions de localisation qui affectent, par nature, le parc immobilier de l'entreprise.

Le rôle et la nature des cabinets de conseil spécialisés utilisés dans le cadre de la prise des décisions de localisation étudiées a pu être précisé au travers des entretiens téléphoniques ou en face-à-face que nous avons réalisé avec les répondants. Il peut s'agir de cabinets de conseil au sens traditionnel du terme[75] ou de cabinets d'immobilier d'entreprises (en particulier les plus importants, tel Auguste Thouars en France) qui ont récemment élargi leur

métier au conseil aux entreprises. Leur rôle consiste en général à proposer, à l'issue d'une recherche approfondie, une liste hiérarchisée de lieux d'implantation répondant aux critères définis préalablement avec l'entreprise-cliente. Ils permettent ainsi de palier le manque de compétences internes en matière de collecte et d'analyse de l'information sur les lieux d'implantation potentiellement intéressants (Méchin, 2001). Ces cabinets de conseil externes peuvent également être utilisés dans un but politique par la direction générale en vue de résoudre d'éventuels conflits qui pourraient émerger dans les cas, rares ici, où les acteurs internes impliqués dans la prise de décision sont nombreux (Brossard, 1997).

A l'opposé, le côté négatif de ce premier axe regroupe des décisions de localisation caractérisées par une centralisation très prononcée de la prise de décision au niveau de la direction générale de l'entreprise concernée.

Dimension 2 : Le niveau d'influence des acteurs publics locaux sur les choix de localisation

Le deuxième axe explique prés de 32% de la variance totale sur les 5 items restants. Cet axe reflète l'intérêt particulier que portent les pouvoirs publics aux décisions de localisation d'entreprises. Cet intérêt se traduit par la mise en place, dans le cadre de politiques d'aménagement du territoire nationales et européennes ou à l'initiative des collectivités locales, de mesures incitatives destinées à orienter ces décisions vers certaines zones géographiques particulières. L'axe 2 indique dans quelle mesure ces incitations et les diverses actions des collectivités locales (telles que le démarchage actif des entreprises) ont influé sur les choix de localisation des entreprises répondantes.

Il oppose donc :

- du côté positif, des décisions de localisation fortement influencées par les interventions réalisées par les acteurs publics locaux en vue d'attirer les entreprises sur le territoire dont ils ont la charge ;
- du côté négatif, des décisions de localisation prises par les dirigeants des entreprises concernées en totale autonomie vis-à-vis des acteurs publics locaux, quels qu'ils soient. Si ces décisions ne sont nullement affectées par les pouvoirs publics, c'est que les entreprises n'ont pas sollicité leurs services pour mener à bien leur projet de nouveau site. Cette absence de contact avec les collectivités territoriales et leurs représentants élus s'explique

[75] Price Waterhouse Cooper dispose ainsi d'une filiale basée à Bruxelles et spécialisée dans la recherche de nouveaux lieux d'implantation pour les entreprises.

en grande partie par le fait que les nouveaux sites projetés ne sont pas éligibles, de par leurs caractéristiques, aux dispositifs d'aides à l'implantation existants. Toutefois, même lorsque leur projet est éligible, certaines entreprises ne souhaitent bénéficier d'aucun avantage, en particulier financier, de la part des pouvoirs publics, afin de conserver toute leur marge de manœuvre dans leurs choix de localisation ultérieurs[76]. Un répondant a ainsi précisé, lors d'un entretien téléphonique, que son entreprise avait fait appel à un cabinet de conseil spécialisé pour mener à bien la recherche du lieu d'implantation de son nouveau site et réaliser une première sélection. Ce procédé avait pour seul but de se protéger des tentatives d'influence que n'auraient pas manqué d'exercer sur l'entreprise les collectivités locales averties de sa recherche d'un nouveau lieu d'implantation. Ce complément d'informations peut expliquer pourquoi l'item « rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) » est corrélé négativement à ce deuxième axe (tableau 3.66).

2.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des acteurs de la prise de décision

2.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de classification ascendante hiérarchique et le choix d'une partition

a. Principes généraux

Les résultats des analyses bivariées et de l'Analyse en Composantes Principales (ACP) présentés dans les sections précédentes démontrent clairement que, la prédominance de la direction générale mise à part, les processus décisionnels étudiés sont fortement hétérogènes. Se pose alors la question de la réduction de cette hétérogénéité par l'identification de régularités au sein de l'échantillon. Malgré leur intérêt indéniable, les analyses bivariées ne peuvent qu'apporter des éclairages partiels sur cette question.

Une appréhension plus globale de cette diversité requière l'intégration dans une seule et même démarche d'analyse statistique de l'ensemble des variables rendant compte du rôle joué par les acteurs internes et externes à l'entreprise dans les choix de localisation étudiés. L'ACP constitue un premier pas en ce sens. Pour apporter une réponse à la question posée ci-dessus, il s'agit maintenant de procéder au regroupement des observations de l'échantillon au sein de classes homogènes en leur sein et clairement différenciées les unes des autres.

[76] Dans une remarque incluse dans la questionnaire, un des répondants a d'ailleurs qualifié les aides publiques à l'implantation de « piéges » pour les entreprises.

A cette fin, une analyse typologique a été réalisée à partir des coordonnées des 101 observations restantes, après élimination de l'*outlier,* sur les deux axes retenus à l'issue de l'ACP effectuée précédemment. La méthode de classification ascendante hiérarchique selon le critère d'agrégation de Ward, dont le déroulement est détaillé dans l'encadré méthodologique 3 (voir ci-après), a été utilisée. Les résultats complets de la CAH sont disponibles dans les annexes de la thèse (annexe 2.1.2.).

b. Le choix de la partition en trois classes

La méthode de classification ascendante hiérarchique présente la particularité de laisser au chercheur l'entière responsabilité du choix de la partition à retenir en vue de l'interprétation. Du fait de l'influence déterminante qu'il exerce sur la qualité des résultats obtenus, un soin tout particulier a été apporté à ce choix.

Afin d'aider l'utilisateur à identifier la meilleure partition, le logiciel SPAD propose un classement par ordre d'importance des sauts repérés dans une partie préalablement spécifiée de l'histogramme des indices de niveau. Toutefois, dans le cas présent, l'allure générale de la partie basse de l'histogramme des indices de niveau (graphique 3.5), de même que celle du dendrogramme des dernières étapes du processus d'agrégation (graphique 3.6), ne laisse guère de place au doute quant à la partition qui doit être retenue. A la lecture de ces documents, la partition en trois classes s'impose en effet de manière évidente comme la meilleure partition. S'il en était besoin, ce choix est logiquement confirmé par le logiciel SPAD qui indique que le saut le plus important dans les 7 dernières étapes de l'algorithme de classification se situe entre les partitions en deux classes et en trois classes.

Encadré méthodologique 3 : Principes et mise en œuvre des classifications ascendantes hiérarchiques

Objectifs

Une typologie a pour objet la formation de groupes, non plus de variables, comme cela est le cas pour l'Analyse en Composantes Principales, mais d'observations sur la base de leurs caractéristiques communes. De manière générale, toute typologie vise à regrouper un ensemble d'observations au sein de classes (ou types) de manière à ce que les observations soient aussi semblables que possible au sein d'une même classe et aussi dissemblables que possible d'un classe à une autre (Evrard et alii, 2000).

L'utilisation couplée de l'Analyse en Composantes Principales (ACP) et de l'analyse typologique

Dans le cadre de cette thèse, des typologies ont été réalisées en utilisant non pas les variables initiales issues directement de l'enquête par questionnaire mais les coordonnées des observations sur les axes retenus pour interprétation à l'issue des Analyses en Composantes Principales (ACP) thématiques préalablement effectuées. Trois analyses typologiques correspondant à chacune des ACP thématiques ont donc été effectuées.

L'utilisation conjointe des techniques de l'ACP et de la typologie est particulièrement recommandée pour l'analyse d'ensembles de données de grande taille (Lebart et alii, 2000). Elle se révèle ainsi très pertinente dans le cadre de cette thèse au regard du nombre élevé de variables du questionnaire se rapportant à chacun des trois thèmes individualisés. Les ACP thématiques doivent donc être considérées comme des étapes préalables à la réalisation des typologies, l'objectif étant de condenser l'information contenue dans chacun des ensembles thématiques de variables initiales en un nombre plus réduit de dimensions synthétiques. L'analyse typologique est ensuite mise en œuvre sur des coordonnées factorielles en nombre moins important que les variables de départ.

Par ailleurs, le fait de ne retenir, pour la mise en œuvre des classifications, que les n premiers axes factoriels considérés comme étant les plus significatifs permet, en éliminant les fluctuations aléatoires dans les données collectées, de construire des classes plus homogènes (Lebart et alii, 2000).

Le recours à la méthode de classification ascendante hiérarchique (CAH) selon le critère d'agrégation de Ward

Dans le cadre de cette recherche, les typologies ont été obtenues au moyen de classifications ascendantes hiérarchiques. Les méthodes de classification ascendante hiérarchique procèdent de manière itérative à un regroupement automatique des observations les plus proches les unes des autres. En pratique, chacune des observations est considérée, au départ, comme une classe en soi. Ensuite, à chacune des étapes de la procédure, les deux classes (ou observations) les plus proches sont regroupées en une nouvelle classe unique. Le nombre total de classes se trouve donc réduit d'une unité à chaque étape. La procédure se poursuit jusqu'à ce que toutes les observations soient regroupées en une seule et même classe. Les différentes étapes du passage de n observations à un seul groupe comprenant toutes les observations de départ sont représentées sous la forme d'un arbre de classification ou dendrogramme.

Le choix d'une méthode de classification ascendante hiérarchique s'explique par la nature exploratoire de la recherche qui rend hasardeuse toute tentative de détermination *a priori* d'un

nombre k de classes dans lesquelles les observations de l'échantillon pourraient être ensuite regroupées, comme cela est le cas dans la méthode d'agrégation autour des centres mobiles.

Parmi les nombreuses procédures de classification ascendantes hiérarchiques existantes, nous avons opté pour la méthode de Ward qui est la plus utilisée (Hair et alii, 1998). Dans le cadre de cette méthode, la proximité entre les observations est mesurée au moyen du carré de la distance euclidienne (Evrard et alii, 2000).

La réalisation des procédures couplées ACP-CAH avec le logiciel statistique SPAD

Les typologies thématiques ont été réalisées à l'aide du logiciel statistique SPAD. SPAD a été préféré à SPSS, utilisé dans un premier temps pour la réalisation des ACP, en raison de la plus grande richesse des informations qu'il édite à l'issue des procédures de classification. A la différence de SPSS, SPAD fournit en effet à l'utilisateur l'histogramme des indices de niveau. Il calcule également les sauts les plus importants dans cet histogramme. Dans le cadre d'une procédure de CAH, ce calcul constitue une aide particulièrement précieuse en vue du choix du nombre de classes à retenir (voir section suivante). SPAD facilite en outre l'interprétation des différentes classes d'observations dégagées par la procédure de classification en déterminant les variables actives et illustratives les plus caractéristiques de chaque classe (voir la dernière section du présent encadré).

Le choix de SPAD au détriment de SPSS comporte cependant un inconvénient important : Il contraint à utiliser la procédure (le terme exact employé dans SPAD est celui de « filière ») prédéfinie de réalisation couplée d'ACP et de CAH proposée par le logiciel. Or, cette filière prédéfinie ne prévoit par la possibilité de procéder à une rotation des axes extraits par l'ACP sur les variables initiales préalablement à la réalisation de la CAH. Il a donc été nécessaire de refaire les ACP thématiques sous SPAD, sans rotation Varimax cette fois. A cette exception prés, les ACP thématiques ont été réalisées sous SPAD de la même manière qu'elles l'avaient été auparavant sous SPSS. Ainsi, le même nombre d'axes factoriels que précédemment a été retenu en vue des classifications et les variables initiales qui n'étaient pas correctement représentées par les axes sélectionnés ont été éliminées de la liste des variables actives de la procédure. Nous avons simplement vérifié, à partir de la matrice des composantes fournie par SPAD, que ces choix aboutissaient aux mêmes résultats, à une rotation prés, que ceux précédemment obtenus avec SPSS.

L'impossibilité de procéder à une rotation des axes sous SPAD conduit cependant à déconnecter l'interprétation des classes issues de l'analyse typologique de celle des axes issus de l'ACP. De fait, en l'absence de rotation, il est plus simple de revenir aux variables initiales pour décrire les classes obtenues. De manière plus générale, ce retour aux variables initiales est recommandé en vue de faciliter l'interprétation des groupes d'observations obtenus (Evrard et alii, 2000).

Le choix du nombre de classes retenu pour l'interprétation

L'utilisation d'une méthode de classification ascendante hiérarchique laisse au chercheur le soin de choisir le nombre de classes qui doit finalement être retenu pour l'interprétation.

A chaque étape, la méthode de Ward procède à l'agrégation des deux éléments, individus ou classes, qui engendre la plus faible augmentation possible de l'inertie intra-classe. En d'autres termes, cette méthode cherche à rendre minimale la perte d'inertie inter-classes résultant de l'agrégation de deux éléments.

La perte d'inertie inter-classes occasionnée par chaque nouvelle étape de la procédure, également appelée indice d'agrégation ou indice de niveau, peut être visualisée à l'aide d'un

histogramme. L'apparition d'un saut important entre deux partitions dans l'histogramme indique une chute brutale de l'inertie inter-classes. Cela signifie que les deux classes qui ont été regroupées à cette étape étaient relativement plus dissemblables que celles regroupées lors des étapes précédentes. Par conséquent, la règle usuellement appliquée consiste à choisir la partition se trouvant juste avant le saut ainsi repéré (Lebart et alii, 2000). L'application de cette règle peut également s'appuyer sur la lecture du dendrogramme, également fourni par SPAD et qui apporte des informations similaires. Dans le cadre de cette thèse, le choix d'une partition s'appuie donc sur la recherche des sauts les plus importants dans les dernières étapes du processus d'agrégation (en pratique, seules les 7 dernières étapes ont été retenues). Cette restriction de l'examen de l'histogramme des indices de niveau aux dernières étapes de la procédure d'agrégation vise à dégager un nombre de classes suffisamment restreint pour que l'interprétation de chacune d'entre elles ait un sens (Hair et alii, 1998).

Une fois le nombre de classes choisi, SPAD procède à la consolidation de la solution retenue à l'aide d'une procédure d'agrégation autour des centres mobiles. Ce processus réaffecte de manière itérative des observations d'une classe à une autre afin d'homogénéiser les classes. Il se poursuit tant qu'il existe des réaffectations permettant d'accroître de manière sensible l'inertie inter-classes.

La détection et l'élimination des observations atypiques (ou* outliers*)

Les méthodes de classification hiérarchique et la technique de l'Analyse en Composantes Principales sont particulièrement sensibles à la présence d'observations atypiques, c'est-à-dire d'observations ayant un profil unique qui les distingue de toutes les autres observations (Hair et alii, 1998). Nous avons donc choisi d'éliminer les observations atypiques que nous avons pu identifier.

Pour repérer la présence éventuelle d'*outliers*, la procédure couplée d'ACP et de classification ascendante hiérarchique a été mise en œuvre sous SPAD une première fois sur l'ensemble des observations de l'échantillon. Un individu a été considéré comme *outlier* lorsqu'il constituait à lui seul une classe résistant au processus d'agglomération jusqu'à un niveau d'agrégation élevé (en pratique, jusqu'à la classification en 3 classes). Tout individu présentant cette caractéristique a été éliminé. L'ensemble des analyses multivariées se rapportant au thème concerné a ensuite été recommencé sur les individus restants. En effet, la présence d'observations atypiques, si elle apparaît de manière évidente dans les résultats de la classification, est également de nature à biaiser les résultats de l'ACP réalisée préalablement. Elle influe notamment de manière significative sur la formation du premier axe factoriel et, par ricochet, sur celle des axes suivants (Lebart et alii, 2000).

Lorsque des observations atypiques ont été repérées, seuls les résultats obtenus après élimination des *outliers* sont présentés dans le corps de la thèse, les résultats se rapportant à l'ensemble de l'échantillon étant fourni, à titre d'information, dans les annexes.

La description des classes obtenues

Un des principaux avantages du logiciel SPAD est de proposer la réalisation d'une description automatique du profil des classes non seulement à partir des variables initiales actives, qui ont effectivement servi à les construire, mais également à partir de toutes les variables illustratives, nominales ou métriques, que l'utilisateur souhaite intégrer pour enrichir la description des groupes d'observations obtenus.

Pour ce faire, SPAD sélectionne les variables métriques ou les modalités des variables nominales les plus caractéristiques de chacune des classes à l'aide d'une statistique d'écarts

entre les valeurs internes à la classe étudiée et les valeurs pour l'ensemble de l'échantillon appelée valeur-test (voir Lebart et alii, 2000, p. 181-184).

Pour une variable métrique, ce critère de valeur-test procède à la comparaison de la valeur moyenne de la variable au sein d'une classe avec la moyenne globale sur l'ensemble de l'échantillon en tenant compte de la variance de cette variable dans la classe considérée. La valeur-test exprime la différence entre la moyenne de la variable considérée dans la classe et la moyenne globale en nombre d'écarts types d'une loi normale. Le logiciel calcule ensuite la probabilité que la valeur-test obtenue résulte d'un tirage au hasard sans remise au sein de l'échantillon. Plus la valeur-test est forte, plus la probabilité est faible, moins l'hypothèse nulle d'un tirage au hasard est vraisemblable. Dans la pratique, il existe une différence significative, au seuil usuel de 5%, entre la moyenne d'une variable métrique dans une classe et la moyenne de cette variable sur l'ensemble de l'échantillon lorsque la valeur-test correspondante est supérieure à 2 en valeur absolue. La variable étudiée peut alors être considérée comme caractéristique de la classe en question. Cette interprétation probabiliste n'est cependant valable que pour les variables métriques illustratives. Pour les variables métriques actives, les valeurs-tests constituent de simples mesures de similarité entre variables et classes permettant de classer les variables des plus caractéristiques aux moins caractéristiques. Toutefois, nous avons également considéré comme caractéristiques d'une classe les variables actives dont les valeurs-tests étaient supérieures à 2 en valeur absolue.

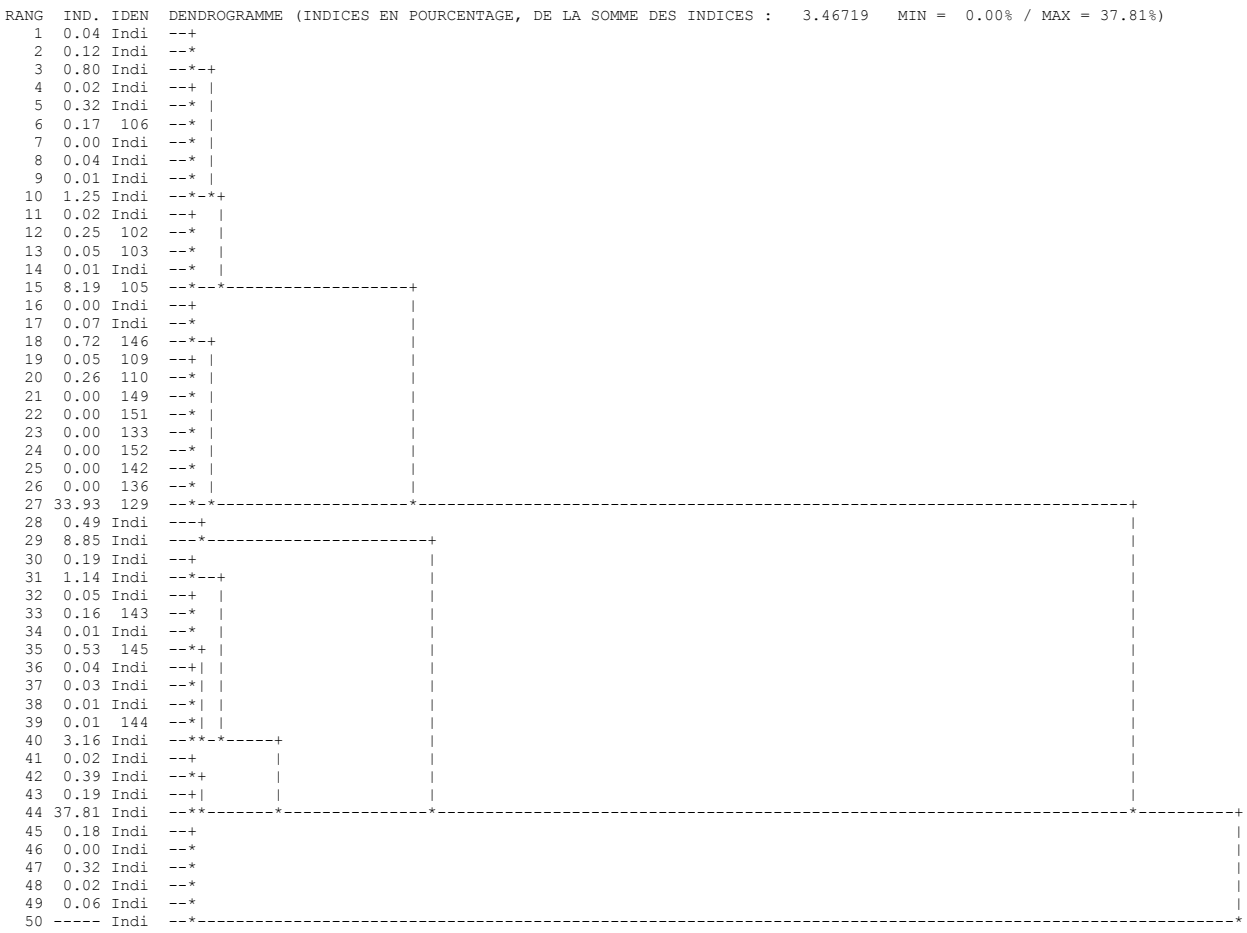
Pour une variable nominale, la procédure utilisée par SPAD est similaire, à la différence prés que la valeur-test exprime l'écart entre le pourcentage d'individus d'une classe possédant une modalité et le pourcentage d'individus possédant cette modalité dans l'ensemble de l'échantillon.

Graphique 3.5 : Histogramme des indices de niveau des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les acteurs de la décision

NUM.	AINE	BENJ	EFF.	POIDS	INDICE	HISTOGRAMME DES INDICES DE NIVEAU
152	150	137	8	8.00	0.00000	*
153	129	136	10	10.00	0.00000	*
154	153	142	15	15.00	0.00000	*
155	151	149	14	14.00	0.00000	*
156	154	152	23	23.00	0.00000	*
157	156	133	31	31.00	0.00000	*
158	157	155	45	45.00	0.00000	*
159	61	85	2	2.00	0.00004	*
160	53	87	2	2.00	0.00011	*
161	5	51	2	2.00	0.00015	*
162	144	62	3	3.00	0.00023	*
163	47	94	2	2.00	0.00032	*
164	105	25	4	4.00	0.00042	*
165	3	162	4	4.00	0.00046	*
166	145	24	3	3.00	0.00052	*
167	102	19	3	3.00	0.00057	*
168	46	83	2	2.00	0.00060	*
169	101	14	2	2.00	0.00070	*
170	69	63	2	2.00	0.00070	*
171	165	43	5	5.00	0.00106	*
172	171	40	6	6.00	0.00124	*
173	163	161	4	4.00	0.00134	*
174	89	1	2	2.00	0.00140	*
175	143	10	3	3.00	0.00160	*
176	164	103	6	6.00	0.00172	*
177	110	109	6	6.00	0.00185	*
178	93	170	3	3.00	0.00209	*
179	146	159	4	4.00	0.00242	*
180	80	174	3	3.00	0.00419	*
181	166	175	6	6.00	0.00570	*
182	173	106	6	6.00	0.00602	*
183	160	44	3	3.00	0.00616	*
184	58	29	2	2.00	0.00667	*
185	42	48	2	2.00	0.00672	*
186	176	167	9	9.00	0.00851	*
187	158	177	51	51.00	0.00890	*
188	178	183	6	6.00	0.01117	*
189	182	168	8	8.00	0.01117	*
190	185	169	4	4.00	0.01360	*
191	66	15	2	2.00	0.01712	**
192	172	181	12	12.00	0.01848	**
193	187	179	55	55.00	0.02497	**
194	189	180	11	11.00	0.02778	**
195	192	184	14	14.00	0.03945	***
196	186	194	20	20.00	0.04330	***
197	190	195	18	18.00	0.10944	*******
198	193	196	75	75.00	0.28388	******************
199	197	191	20	20.00	0.30697	******************
200	199	198	95	95.00	1.17641	**********
201	188	200	101	101.00	1.31104	**********

SOMME DES INDICES DE NIVEAU = 3.46719

Graphique 3.6 : Dendrogramme des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les acteurs de la décision



c. Description statistique de la partition en trois classes

L'inertie inter-classes de la partition en trois classes dégagée par la procédure de Classification Ascendante Hiérarchique représente 71,74% de l'inertie totale. Ce pourcentage passe à 72,01% après consolidation de la partition par la méthode de l'agrégation autour des centres mobiles. La quantité d'information restituée par la partition retenue est donc très satisfaisante, puisqu'elle explique, avec un nombre restreint de classes, prés des trois-quarts de l'inertie totale. Cette satisfaction doit cependant être tempérée en rappelant que la classification a été réalisée à partir de deux axes factoriels qui n'expliquent conjointement que 21% de la variance totale au sein du nuage des observations.

La partition choisie apparaît remarquablement stable. La procédure de consolidation n'a en effet permis qu'une amélioration marginale de l'homogénéité des trois classes. Cette amélioration a en outre été obtenue à l'issue de la troisième itération, ce qui témoigne de la stabilité de la partition[77].

Les classes obtenues après consolidation présentent toutes une homogénéité interne forte. Ainsi, l'inertie intra-classe est à peu prés équivalente dans les classes 1 et 2 (respectivement 0,49 et 0,46) [78]. La classe 3 est la classe la plus homogène avec une inertie intra-classe de 0,02. La remarquable faiblesse de ce chiffre est toutefois due en grande partie à la petite taille de cette dernière classe. De fait, si la méthode de Classification Ascendante Hiérarchique selon le critère d'agrégation de Ward est réputée aboutir à des classes de tailles relativement équilibrées (Hair et alii, 1998), tel n'est clairement pas le cas ici. Les trois classes dégagées ont en effet des effectifs très différents puisque la classe 1 regroupe 78 observations après consolidation, quand la classe 2 n'en compte que 20 et la classe 3 à peine 6. Cette répartition très déséquilibrée des observations entre les classes devrait en théorie inciter à la plus grande prudence dans leur interprétation, notamment en ce qui concerne la classe 3. La petite taille de cette dernière la rend en effet particulièrement sensible à la présence d'éventuelles observations atypiques. Une lecture attentive des données fournies par SPAD (voir l'annexe 2.1.2.) permet d'emblée d'écarter cette éventualité. Elles démontrent en effet que l'ensemble des 6 observations de la classe 3 sont très proches du centre de gravité de cette classe. Le regroupement des 101 observations dans 3 classes de taille très différente ne constitue vraisemblablement pas un artefact statistique mais bien le reflet de différences

[77] Lebart et alii (2000) considèrent une partition comme peu stable lorsque plus de 10 itérations sont nécessaires pour la consolider.
[78] L'inertie totale dans l'ensemble des 101 observations utilisées est égale à 3,47.

réelles existant dans les processus décisionnels étudiés, du moins au regard des 5 variables sur la base desquelles la procédure couplée d'ACP et de CAH a été réalisée.

L'interprétation des groupes d'observations dégagées doit néanmoins être réalisée en gardant à l'esprit le fait qu'ils ne constituent pas des types purs et que les résultats de l'analyse typologique permettent, au mieux, d'identifier des tendances dominantes au sein de ces groupes (Evard et alii, 2000).

2.4.2. L'interprétation de la typologie en trois classes

a. Présentation d'ensemble

L'interprétation des trois classes dégagées par l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique a été réalisée en revenant aux variables initiales issues de l'enquête par questionnaire. Ce retour aux variables initiales permet en effet de réaliser une analyse plus précise et plus fouillée des classes que ne le permettrait le seul recours aux axes factoriels issus de l'ACP.

L'ensemble des variables se rapportant au rôle des différents acteurs internes et externes dans la prise de décision a été utilisé pour interpréter les classes, y compris celles qui ont été éliminées lors de la réalisation de l'ACP préalable. Ces dernières ont été considérées comme des variables illustratives ou passives lors de la mise en œuvre de la procédure de classification sous SPAD. Le tableau 3.68 récapitule les variables les plus caractéristiques des trois classes de décisions de localisation[79].

Le profil moyen de chacune de ces 3 classes est présenté de manière plus détaillée dans les sections suivantes. Cette présentation s'appuie sur les informations fournies par le tableau 3.68. L'interprétation de chaque classe est ensuite enrichie grâce à la prise en compte, en qualité de variables illustratives, des caractéristiques des entreprises répondantes, des décisions de localisation étudiées et des nouveaux sites concernés. L'ensemble des variables, actives et passives, les plus caractéristiques[80] de chacune des trois classes sont synthétisées dans un tableau récapitulatif.

[79] L'identification des variables métriques les plus caractéristiques de chaque classe a été réalisée à l'aide du critère statistique de valeur-test proposé par SPAD (voir l'encadré méthodologique 3).
[80] Egalement identifiées par SPAD à l'aide du critère de valeur-test.

Tableau 3.68 : Les acteurs de la décision les plus caractéristiques des trois classes de décisions de localisation

Items	Classe 1 (n=78)	Classe 2 (n=17)	Classe 3 (n=6)	**Moyenne globale (n=101)**
Caractéristiques générales du processus de prise de décision				
Degré de collégialité dans la prise de décision	1,35			**1,54**
Niveau de consensus dans la prise de décision				**3,99**
Rôle dans la prise de la décision des acteurs internes à l'entreprise				
Rôle du Conseil d'Administration / de Surveillance				**1,01**
Rôle de la Direction Générale				**4,35**
Rôle des responsables de divisions/branches/filiales	1,27		3,5	**1,51**
Rôle de la direction de la stratégie			1,83	**0,63**
Rôle de la direction financière			2,5	**1,08**
Rôle de la direction des ressources humaines	0,53		3	**0,82**
Rôle de la direction de la production				**1,04**
Rôle de la direction marketing/commerciale				**0,86**
Rôle de la direction des affaires immobilières	0,15		4,67	**0,47**
Rôle du futur responsable du nouveau site			3,5	**1,73**
Rôle des responsables des autres sites de l'entreprise				**0,42**
Rôle des représentants du personnel et/ou du CE	0,32		1,83	**0,48**
Rôle des salariés concernés par la décision			3,17	**1,53**
Influence des acteurs externes à l'entreprise				
Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s)	0,29		3,5	**0,45**
Influence de l'actionnaire principal ou du groupe				**1,13**
Influence des autres actionnaires				**0,15**
Influence de banque(s) participant au projet				**0,07**
Influence du ou des partenaires dans la filiale				**0,11**
Influence de client(s)				**0,62**
Influence de fournisseur(s)			0,5	**0,08**
Influence du pouvoir politique national	0,05	0,47		**0,12**
Influence des pouvoirs politiques locaux	0,18	2,59		**0,57**
Influence des administrations locales	0,01	2,29		**0,40**

Note : Afin de simplifier la lecture du tableau, seules les valeurs moyennes des variables initiales dans les classes présentant un écart statistiquement significatif à 5% avec la moyenne globale et, à ce titre, les plus significatives de chaque classe (voir encadré méthodologique 3) ont été représentées. Les nombres figurés en caractères normaux représentent les valeurs moyennes significativement supérieures à la moyenne globale (valeurs-tests supérieures à 2). Les nombres figurés sur fond gris représentent les valeurs moyennes significativement inférieures à la moyenne globale (valeurs-tests inférieures à 2).

b. Interprétation des trois classes dégagées

Classe 1 : Les processus de prise de décision centralisés

La classe 1 regroupe 78 observations soit plus des trois-quarts des 101 observations utilisées pour réaliser l'analyse typologique. Ses caractéristiques sont donc logiquement très proches de celles de l'échantillon dans son ensemble. Toutefois, l'implication moyenne dans la prise de décision de la plupart des acteurs internes, la direction générale mise à part, et externes proposés dans le questionnaire y est encore plus faible. A première vue, les processus décisionnels rassemblés au sein de cette première classe semblent donc très fortement centralisés par le sommet stratégique des entreprises concernées.

La prise de la décision de localisation dans les PME

Cette très forte centralisation de la prise de décision tient en premier lieu au fait que la grande majorité des décisions de la classe 1 relève d'entreprises petites ou moyennes. Cette première classe regroupe ainsi 56 des 61 décisions de localisation de l'échantillon prises par des PME, soit prés de 92% du total.

Dans ces entreprises, le faible niveau d'implication de directions fonctionnelles ou opérationnelles est tout simplement dû à l'inexistence de ces directions, en tant qu'entités individualisées. Le dirigeant de PME concentre généralement l'ensemble des fonctions de direction. De ce fait, il prend à sa charge l'intégralité du processus de recherche et de sélection de la nouvelle localisation. Le choix de localisation est donc le résultat de la réflexion individuelle de ce dirigeant et non celui du travail d'une équipe de cadres intervenant chacun dans son domaine de compétences particulier. De manière plus précise, le décideur ne peut faire appel, pour nourrir sa réflexion, à des acteurs internes lui permettant de mieux appréhender les conséquences humaines associées au choix des différents lieux d'implantation envisagés (DRH, représentants du personnel) ou encore les aspects strictement immobiliers de ce choix (direction des affaires immobilières). Faute de ressources financières suffisantes, il n'est pas non plus en mesure de compenser son manque d'expérience de ce type de situation de décision et le manque de moyens humains qu'il peut y consacrer en recourant aux services d'un cabinet de conseil spécialisé.

Ces circonstances n'autorisent pas la réalisation d'une recherche large et approfondie en vue d'effectuer un choix raisonné s'appuyant sur une comparaison effective d'un ensemble de solutions alternatives.

L'absence d'influence significative exercée par les acteurs publics locaux sur les décisions de localisation des PME est directement liée à l'activité de recherche très limitée qui précède ces décisions. En effet, tant l'étroitesse de l'aire géographique de la recherche (celle-ci reste cantonnée à l'intérieur d'une seule et même région dans 52 cas sur 56) que le faible nombre de lieux d'implantation alternatifs pris en considération rendent ces processus décisionnels beaucoup moins sensibles aux actions incitatives mises en œuvre par les pouvoirs publics pour influencer les choix de localisation d'entreprises. En outre, certains des dirigeants de PME de l'échantillon se préservent volontairement de toute intervention des acteurs publics dans leurs choix de localisation afin de conserver intacte leur liberté de manœuvre future dans ce domaine. Cette volonté les conduit notamment à négliger des dispositifs existants d'aides publiques à l'implantation auxquels leur projet de nouveau site serait en théorie éligible. Enfin, 40 des 56 nouveaux sites de la classe 1 créés par des PME ont été installés dans des locaux d'activité ou des bâtiments existants pris en location. Or, comme cela a été souligné à l'occasion de la présentation des analyses bivariées (section 2.2.2. de la présente partie), les entreprises de l'échantillon ne requièrent pas, pour ce type d'opération immobilière, les services des collectivités locales pour les assister dans leurs recherche de locaux d'activité correspondants à leurs besoins.

Au sein de l'échantillon, les dirigeants de PME, moins expérimentés que ceux des grandes entreprises par rapport à ce type de situation de décision ne font donc que très rarement appel aux acteurs publics pour les guider dans leur choix et dans la démarche de collecte et d'analyse de l'information que celui-ci implique. Contrairement à ce que pose Méchin (2001), ils apparaissent de ce fait difficilement influençables par ces acteurs publics et ce quels que soient les efforts que ces derniers entreprennent pour ce faire.

La spécificité des décisions de localisation de grandes entreprises incluses dans la classe 1

Toutefois, si les décisions prises par des PME y prédominent, la classe 1 est également composée pour plus du tiers de choix de nouvelles localisations par des entreprises de grande taille. On peut dés lors s'interroger sur les points communs qui unissent ces processus de prise de décision et ceux des PME et, symétriquement, sur ce qui les distingue des décisions de localisation de grandes entreprises qui composent l'essentiel des classes 2 et 3 de la typologie.

Au sein même de la classe 1, les processus décisionnels des grandes entreprises se distinguent de ceux des PME par la place légèrement moins prépondérante que tient la direction générale dans les premiers nommés. *A contrario*, certaines directions fonctionnelles

(direction des ressources humaines, direction des affaires immobilières) ainsi que les responsables des entités opérationnelles (selon les cas divisions, branches ou filiales) directement concernées par la décision jouent un rôle d'autant plus significatif que la taille de l'entreprise est grande. Toutefois, l'implication des directions fonctionnelles citées dans la prise de décision, de même que celle des salariés concernés et de leurs représentants est bien moins forte dans la classe 1 que dans les choix de localisation de grandes entreprises des classes 2 et 3. Une analyse détaillée des 22 choix de localisation de grandes entreprises que compte cette classe 1 indique que, dans la plupart des cas, une aire géographique restreinte, voire même un lieu d'implantation précis, s'impose rapidement à l'esprit du décideur. Ainsi, même lorsque l'échelle géographique à laquelle débute la recherche de la nouvelle localisation est large, l'ensemble de considération se trouve réduit à sa plus simple expression très en amont dans le processus de prise de décision. Les raisons précises de cette restriction du processus de recherche apparaissent ambiguës. Elles résident, pour une part, dans les pressions exercées explicitement par certains clients importants de l'entreprise pour qu'elle implante son nouveau site à proximité immédiate de l'un des leurs[81]. Néanmoins, cette explication ne saurait suffire. L'analyse typologique n'a en effet pas permis de déterminer si ces choix étaient dictés aux entreprises par des contraintes particulièrement fortes qui pèseraient sur elles ou s'il s'agissait de profiter, sans réellement étudier de solutions alternatives, d'opportunités d'ordre géographique qui se sont présentées à elles. Il appartiendra à l'étude des facteurs de localisation, présentée dans le chapitre suivant, de préciser les logiques sous-jacentes à ces décisions.

Quoi qu'il en soit, le choix d'un lieu d'implantation au sein d'un ensemble de considération aussi restreint géographiquement, lorsque choix il y a, ne nécessite pas une réflexion particulièrement approfondie. En effet, ce choix n'est pas réellement de nature à affecter sensiblement le fonctionnement de l'entreprise ni l'état de ses finances.

Dans ces conditions, la direction générale a peu recours à des fonctions de support, telles que la direction des ressources humaines ou la direction des affaires immobilières, pour l'aider à mieux appréhender les différents aspects du choix de localisation relevant de leurs domaines de compétences particuliers. Tout en conservant l'exclusivité de la prise de la décision finale, elle se permet même de placer, dans certains cas, le processus de choix de localisation sous la responsabilité d'acteurs plus proches du terrain (responsable de la

[81] A cet égard, il convient de signaler que la classe 1 comprend 6 des 10 premières implantations de grandes entreprises françaises dans un pays étranger que compte l'échantillon. Or, les analyses bivariées présentées en

division, de la branche ou de la filiale concernée ou futur responsable du nouveau site) qui sont, de par leur position, mieux au fait des contraintes opérationnelles pesant sur ce choix.

En outre, et de la même manière que pour les PME, le caractère extrêmement restreint des processus de recherche des grandes entreprises de la classe 1 les rend peu sensibles à d'éventuelles actions incitatives mises en place par les pouvoirs publics.

section 2.2.2. ont montré que ces décisions étaient significativement influencées par les exigences de proximité géographique exprimées par des clients importants des entreprises concernées.

Tableau 3.69 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 1 (n=78)[82]

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Acteurs de la décision		Influence des administrations locales Influence des pouvoirs politiques locaux Rôle de la direction des affaires immobilières Rôle de la direction des ressources humaines Rôle des représentants du personnel et/ou du CE Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) Influence du pouvoir politique national Rôle des responsables de divisions/branches/filiales Degré de collégialité dans la prise de décision
Modalités des variables illustratives nominales	PME (56 cas) Effectif du nouveau site après 1 an d'activité compris entre 0 et 10 salariés (35 cas) Aucune autre décision de localisation mise en œuvre par l'entreprise dans les 10 années avant l'enquête (33 cas) Aucune influence de la part d'acteurs extérieurs à l'entreprise (43 cas) Un lieu d'implantation sérieusement étudié (22 cas) Location de locaux d'activité ou de bâtiment(s) existants (54 cas)	Grandes entreprises (22 cas) Effectif du nouveau site après 1 an d'activité supérieur à 250 salariés (aucun cas) Existence d'influence(s) de la part d'acteurs extérieurs à l'entreprise (35 cas) Entre 2 et 10 lieux d'implantation sérieusement étudiés (56 cas) Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s) (14 cas)

[82] A l'intérieur de chacune des catégories du tableau, les variables sont présentées par ordre de valeur-test décroissante en valeur absolue. Cela revient à dire, par exemple, que l'acteur de la décision proposé en premier est le plus caractéristique de la classe 1, en négatif ou en positif, c'est-à-dire celui en fonction duquel les décisions de la classe 1 se distinguent le plus fortement de l'échantillon dans son ensemble. L'acteur proposé en deuxième est le deuxième plus caractéristique de la classe 2, et ainsi de suite tant qu'il existe un écart statistiquement significatif à 5% entre la moyenne globale (ou la proportion globale pour les variables nominales) et la moyenne (ou la proportion de la modalité) dans la classe.

Classe 2 : Les décisions soumises aux influences des pouvoirs publics

La classe 2 regroupe 17 décisions de localisation. Ces décisions se distinguent du reste de l'échantillon par leur sensibilité remarquablement forte aux tentatives d'influence des acteurs publics nationaux et, surtout, locaux.

Cette sensibilité doit être rapprochée des caractéristiques spécifiques des décisions de cette classe. Il s'agit en effet en majorité de décisions de localisation :

- d'unités de production industrielle (12 cas) ;
- de taille importante (13 nouveaux sites comptent 50 salariés ou plus un an après leur entrée en activité) ;
- impliquant l'achat de terrain(s) et la construction de bâtiment(s) (10 cas)
- prises par des entreprises de grande taille (12 cas) ;
- à la suite d'un processus de recherche relativement large (mené à l'échelle internationalle dans 3 cas, à une échelle inter-régionale dans 4 cas et à l'échelle d'une région dans 7 cas).

Dans ces situations de décision particulières, les entreprises sont plus demandeuses des services d'accompagnement proposés par les collectivités locales, que ceux-ci concernent la mobilisation d'aides publiques à l'implantation ou encore l'identification et la mise à disposition de terrains ou de bâtiments adaptés à leurs besoins. Elles sont d'autant plus demandeuses que les nouveaux sites qu'elles envisagent de créer appartiennent au « cœur de cible » des politiques publiques d'attraction des entreprises, notamment dans les pays développés. Les dispositifs d'aides existants, ainsi que les actions de conseil et d'information mises en place par les collectivités locales sont donc particulièrement bien adaptés à leur situation.

En conséquence, les entreprises de la classe 2 ont activement recherché le concours des administrations et des élus locaux afin de concrétiser leur projet de nouveau site. Les interventions de ces acteurs publics locaux ont en outre eu des effets très prononcés sur la nature du lieu d'implantation finalement choisi pour le nouveau site. L'efficacité de ces interventions s'explique en grande partie par l'étendue géographique du processus de recherche mis en œuvre par les entreprises de cette classe. La taille relativement grande de la zone d'investigation leur a en effet permis de contacter différentes collectivités locales puis de comparer les offres qu'elles leur ont faites, au besoin au travers d'une mise en concurrence explicite. Elles ont ainsi pu porter leur choix sur la collectivité territoriale et, de manière plus

précise, sur le lieu d'implantation leur permettant de concrétiser leur projet de nouveau site dans les meilleures conditions.

En interne, ces choix de localisation semblent donc résulter d'une réflexion plus poussée que ceux de la classe 1, avec une réelle comparaison des différents lieux d'implantation potentiels envisagés. Ainsi, même si cela n'apparaît pas directement à la lecture du tableau 3.70, la direction générale a associé à cette réflexion des acteurs internes de natures diverses selon les cas (direction des ressources humaines, direction de la production, responsable de la division, de la branche ou la filiale concernée, voire même futur responsable du nouveau site) afin de l'assister dans cette analyse comparative.

Les processus décisionnels regroupés au sein de cette deuxième classe semblent donc être ceux qui se rapprochent le plus des logiques de choix économiquement rationnelles postulées par les théories économiques de la localisation industrielle.

Tableau 3.70 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 2 (n=17)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Acteurs de la décision	Influence des administrations locales Influence des pouvoirs politiques locaux Influence du pouvoir politique national	
Modalités des variables illustratives nominales	Existence d'influence(s) de la part d'acteurs extérieurs à l'entreprise (17 cas) Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s) (10 cas) Grandes entreprises (12 cas)	Aucune influence de la part d'acteurs extérieurs à l'entreprise (aucun cas) Location de locaux d'activité ou de bâtiment(s) existants (4 cas) Effectif du nouveau site après 1 an d'activité compris entre 1 et 10 salariés (1 cas) Recherche du nouveau lieu d'implantation réalisée à l'échelle d'une commune ou d'une agglomération urbaine (3 cas) PME (5 cas) Aucune autre décision de localisation mise en œuvre par l'entreprise dans les 10 années avant l'enquête (2 cas)

Classe 3 : Les choix de localisation aux conséquences humaines et immobilières soigneusement pesées

La classe 3 est la plus petite puisqu'elle ne compte que 6 observations. Il s'agit en outre d'une classe très atypique sur les 2 axes factoriels retenus pour l'analyse typologique. Ainsi, la distance du chi-deux entre le centre de gravité de la classe et celui du nuage des 101 observations est de 20,76 alors qu'elle n'est que de 4,86 pour la classe 2 et de 0,39 pour la classe 1 (voir annexe 2.1.2.).

Malgré la faiblesse de son effectif, on ne peut soupçonner cette classe d'être un artefact statistique. Elle apparaît en effet remarquablement homogène, ses 6 observations étant regroupées de manière très compacte autour de son centre de gravité. L'existence même de cette classe traduit donc la présence, au sein de l'échantillon, d'un petit groupe de processus de prise de décision à la fois très similaires entre eux et nettement distincts des processus de prise de décision des deux autres classes.

La lecture du tableau 3.71 révèle que les processus décisionnels particuliers que regroupe la classe 3 correspondent à des situations de décision bien spécifiques. Cette classe est en effet composée en intégralité d'opérations de transferts totaux d'activités réalisées par de grandes entreprises à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine. Les nouveaux sites sont en outre systématiquement installés dans des locaux ou des bâtiments loués.

Les processus de prise de décision regroupés dans cette classe se distinguent essentiellement par le très fort niveau d'implication de nombreux acteurs internes différents.

Le nombre élevé des intervenants dans la prise de décision traduit le caractère particulièrement approfondi et mûri de la réflexion menée préalablement au choix de localisation. La nature des acteurs internes les plus sollicités révèle pour sa part les aspects de la décision sur lesquels cette réflexion s'est concentrée. Ainsi, dans ces cas, la direction générale est manifestement préoccupée au premier chef par les implications immobilières et humaines de la décision de localisation.

Cette dernière préoccupation la conduit à rechercher activement l'adhésion des acteurs locaux les plus directement concernés (le futur responsable du nouveau site ainsi que les salariés qui y seront employés) à la solution retenue en les associant le plus étroitement possible à la prise de décision.

Au sein de la classe 3, la décision de créer un nouveau site trouve son origine dans la nécessité, pour les activités transférées, de quitter les locaux qu'elles occupaient

précédemment, soit parce qu'ils ne sont plus adaptés à leurs besoins en évolution, soit en raison de changements organisationnels majeurs affectant l'entreprise dans son ensemble. Ainsi, une des décisions de localisation de cette classe découle de la cession de l'entreprise concernée par le groupe qui en avait la propriété. Suite à cette opération, une partie des services centraux de l'entreprise cédée a dû quitter les locaux partagés avec les services centraux de l'ancien groupe. De manière similaire, une autre des décisions de localisation de cette classe est la conséquence directe de la fin d'un accord de partenariat commercial incluant, pour l'entreprise répondante, un partage des locaux d'activité avec la société partenaire. Enfin, dans un troisième cas, l'opération de transfert étudiée participe d'une réorganisation générale du réseau d'implantations commerciales de l'entreprise concernée[83].

Quel que soit le contexte, l'entreprise, contrainte de procéder à ce déménagement, souhaite malgré tout en minimiser les conséquences néfastes sur l'équilibre personnel des salariés en place. Le choix d'un lieu d'implantation trop éloigné de leurs lieux de résidence actuels risquerait en effet d'affecter la motivation de ces salariés, voire même de provoquer leur départ de l'entreprise, départ d'autant plus préjudiciable qu'il s'agit de personnel très qualifié (la moitié des nouveaux sites de cette classe accueille 50% ou plus d'ingénieurs et de cadres un an après leur ouverture). Cette volonté de conserver le personnel en place explique la faible amplitude géographique des transferts de la classe 3.

Elle explique également certaines caractéristiques du processus de prise de décision. Ainsi, le futur responsable du nouveau site se trouve également être, au sein de cette classe, le responsable en place du site d'origine des activités transférées. Cette position lui confère de fait une connaissance particulièrement fine des attentes et des inquiétudes exprimées par les salariés concernés par le déménagement soit directement auprès de lui soit par la voix de leurs représentants à l'échelle locale. Il joue à ce titre un rôle d'interface entre l'échelon local et le sommet stratégique de l'entreprise. Il est épaulé dans ce rôle par la direction des ressources humaines. Cette dernière est chargée à la fois de communiquer aux acteurs locaux les options envisagées par la direction de l'entreprise et, en sens inverse, de se faire l'écho auprès de la direction générale des réactions du personnel aux options présentées. L'avis des salariés sur les lieux d'implantation envisagés est d'autant plus sollicité lorsque le déménagement intervient dans le cadre de changements organisationnels majeurs, en eux-mêmes porteurs d'interrogations, voire d'inquiétudes légitimes sur l'avenir de l'emploi dans l'entreprise. Dans

[83] Ces renseignements complémentaires aux réponses données dans le questionnaire sont issus, soit des remarques faites par les répondants dans les questionnaires retournés, soit d'entretiens téléphoniques ou en face-à-face que nous avons eus avec certains d'entre eux.

ces circonstances, l'implication plus ou moins directe des salariés concernés dans la prise de décision traduit également la volonté de la direction de l'entreprise de minimiser ces interrogations et de rassurer ainsi des salariés qu'elle souhaite, pour la plupart, conserver.

En résumé, si les salariés concernés sont fortement impliqués dans la prise des décisions de localisation de la classe 3, c'est parce qu'il y a une certaine convergence, dans ces cas précis, entre leurs intérêts personnels et ceux de l'entreprise dans son ensemble.

En matière immobilière, les nouveaux sites de cette classe ont des besoins très spécifiques. Cette spécificité est en partie due à leur taille relativement grande. Ainsi, 2 d'entre eux comptent 250 salariés ou plus après un an d'existence, 1 entre 50 et 249 salariés et 3 entre 10 et 49 salariés. A cela s'ajoute le fait que les activités qu'ils sont destinés à accueillir ont des besoins bien particuliers (salles blanches, espaces d'exposition…) pour lesquels les entreprises semblent avoir fixé un cahier des charges très précis. Ces entreprises n'envisageant pas d'autre opération immobilière que la location, il leur faut trouver, à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine, des locaux d'activité disponibles et satisfaisant aux exigences très précises qu'elles ont défini au préalable. Cela requiert une exploration approfondie des disponibilités dans le parc local d'immobilier d'entreprises. Cette exploration peut néanmoins se révéler infructueuse. L'entreprise doit alors, comme ce fut le cas pour l'une des observations de cette classe, se tourner vers un promoteur immobilier qui accepte de construire des locaux adaptés à ses besoins puis de les lui louer.

C'est ce volet immobilier de la décision de localisation qui amène la direction générale à faire appel à l'expertise que sont en mesure de lui apporter, dans leurs domaines de compétences respectifs, certaines fonctions de support de la décision stratégique (direction des affaires immobilières, direction financière, direction de la stratégie), les responsables des entités opérationnelles concernées au sein de l'entreprise et, en externe, des cabinets de conseil spécialisés. Ces différents acteurs l'assistent dans la définition précise des besoins immobiliers du nouveau site, d'une part, et dans la recherche des locaux d'activité correspondant le mieux à ces besoins, d'autre part. Ainsi s'explique le rôle central joué dans les processus de prise de décision de la classe 3 par la direction des affaires immobilières, qui exerce généralement, dans les entreprises où cette fonction existe, un rôle de conseil auprès de la direction générale (Ledoit, 1998), et par les cabinets de conseil spécialisés. Il s'agit vraisemblablement, au sein de cette classe, de cabinets d'immobilier d'entreprises.

Dans ce cadre, le futur responsable du nouveau site peut se voir confier par la direction générale une grande part du processus de recherche, dans l'aire géographique préalablement

délimitée, de locaux d'activité disponibles et présentant les caractéristiques requises. La direction bénéficie ainsi de sa présence sur place, mais également de sa connaissance intime de l'environnement local et de son appréhension claire des besoins immobiliers des activités dont il a la charge. La sélection d'une solution satisfaisante est alors réalisée conjointement avec les services centraux de l'entreprise, afin d'éviter que les préoccupations des acteurs locaux, en particulier celles du directeur d'établissement lui-même, ne prennent le pas sur la logique d'entreprise. Dans cette perspective, une visite des locaux pressentis par le directeur des affaires immobilières peut s'avérer nécessaire pour vérifier que leur utilisation ne requiert pas la réalisation préalable de travaux trop importants. De même, un des répondants de cette classe nous a précisé, lors d'un entretien téléphonique, que la direction financière de son entreprise avait donné son approbation à la solution envisagée localement en comparant le niveau des loyers des locaux d'activité trouvés avec un barème défini à l'échelle du groupe auquel elle appartient.

Bien que de nombreux acteurs internes se trouvent fortement impliqués dans les processus de prise de décision de la classe 3, la direction générale n'en conserve pas moins la haute main sur le choix final. Et ce choix final est effectué en toute indépendance. En effet, les influences exercées par les différents acteurs externes à l'entreprise, fournisseurs compris, sur les processus décisionnels de cette classe sont négligeables et même, pour la plupart d'entre eux, inexistantes. Le choix de localisation est donc le produit de considérations strictement internes à l'entreprise.

Les caractéristiques de cette classe ont cependant pu être biaisées par l'identité des répondants. En effet, un seul d'entre eux occupe des fonctions de direction générale au sein de son entreprise. Les 5 autres répondants ont donc pu surévaluer, ne serait-ce que de manière inconsciente, leur propre rôle dans le processus de décision étudié par rapport à celui de leur direction générale. Si de tels biais existent au sein de la classe 3, ils sont probablement d'une ampleur très limitée. En effet, le fait même que la direction générale de l'entreprise, à laquelle la questionnaire était initialement adressé, ai pris la peine de le transmettre à un responsable fonctionnel ou local constitue un bon indicateur du caractère relativement collégial et décentralisé de la prise de décision.

Tableau 3.71 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 3 (n=6)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Acteurs de la décision	Rôle de la direction des affaires immobilières Rôle de cabinet(s) de conseil spécialisé(s) Rôle de la direction des ressources humaines Rôle des représentants du personnel et/ou du CE Influence de fournisseur(s) Rôle des responsables de divisions/branches/filiales Rôle des salariés concernés par la décision Rôle de la direction financière Rôle du futur responsable du nouveau site Rôle de la direction de la stratégie	
Modalités des variables illustratives nominales	Localisation d'origine du site le plus proche (6 cas) Grandes entreprises (6 cas) Présence préalable de site(s) de l'entreprise dans la même commune ou agglomération urbaine (6 cas) Cinq autres décisions de localisation ou plus mises en œuvre par l'entreprise dans les 10 années avant l'enquête (4 cas) Transferts avec fermeture du ou des site(s) d'origine (6 cas) Recherche du nouveau lieu d'implantation réalisée à l'échelle d'une commune ou d'une agglomération urbaine (6 cas)	PME (aucun cas) Répondants occupant des fonctions de direction générale (1 cas)

En guise de synthèse

Une majorité des décisions de localisation étudiées est prise à la suite de processus de recherche très restreints, tant du point de vue de l'aire géographique explorée que du nombre de lieux d'implantation alternatifs pris en considération. En outre, les solutions finalement retenues signalent les fortes tendances à l'inertie spatiale des entreprises du champ d'analyse.
La prédominance, au sein de l'échantillon, des processus de recherche à proximité de l'existant est bien évidemment peu propice à la mise en œuvre des analyses de coûts comparatives postulées par les théories néoclassiques de la localisation industrielle. Elle reflète tout à la fois le poids des contraintes pesant sur les décideurs et leur propension à exploiter des opportunités qui se présentent à eux.
D'autre part, la prise de décision est caractérisée par le rôle central que tient, dans la quasi-totalité des cas, la direction générale et, inversement, par la faiblesse des interventions d'acteurs extérieurs aux entreprises.
L'Analyse en Composantes Principales et l'analyse typologique pratiquées successivement sur l'ensemble des variables se rapportant aux rôles des différents acteurs internes et externes à l'entreprise dans le processus de décision permettent à la fois de confirmer et d'affiner ce jugement d'ensemble en dégageant des profils différenciés de processus décisionnels :

La première classe regroupe des processus de décision fortement centralisés. Conformément aux caractéristiques d'ensemble de l'échantillon, l'effectif de cette classe est très important puisqu'elle regroupe les trois-quarts du total des observations. Ces processus de décision centralisés concernent en premier lieu les PME, mais ils se rencontrent également dans les entreprises de grande taille lorsque la recherche de la nouvelle localisation est d'emblée cantonnée à l'intérieur d'un petit périmètre.

A contrario, les processus décisionnels de la seconde classe se distinguent par l'étendue remarquablement grande des processus de recherche mis en œuvre. Les décideurs y sont de ce fait plus exposés aux influences des acteurs publics et ce d'autant plus que les nouveaux sites qu'ils souhaitent implanter constituent le cœur de cible des politiques d'attraction des entreprises mises en place par ces derniers.

Enfin, la troisième classe regroupe 6 opérations de transferts d'activités par de grandes entreprises à des échelles intra-urbaines. L'importance des enjeux immobiliers et humains de ces décisions incite la direction générale des entreprises concernées à se faire assister, dans son processus de choix, par des directions fonctionnelles spécialisées (direction des affaires immobilières, direction des ressources humaines) et à impliquer étroitement les acteurs locaux (responsables de sites, salariés concernés par la décision) dans la prise de décision.

Chapitre 3 : Les facteurs déterminants du choix du lieu d'implantation du nouveau site à l'échelle infra-nationale

Présentation du chapitre

Ce chapitre a pour objet la mise en évidence, à partir de l'exploitation des données d'enquête, de groupes de décision de localisation relativement homogènes du point de vue des motivations qui les ont guidés à l'échelle infra-nationale.

Après une présentation des statistiques descriptives se rapportant aux facteurs de localisation pris en considération par les décideurs à cette échelle (3.1.), des analyses bivariées sont pratiquées sur les réponses obtenues afin d'identifier quelques-unes des lignes de partage les plus importantes parmi les logiques de choix de localisation de l'échantillon (3.2.).
Le grand nombre d'items du questionnaire se rapportant à ce thème nécessite toutefois la réalisation de traitements statistiques multivariés. Une Analyse en Composantes Principales (ACP) est donc d'abord réalisée afin de condenser l'information contenue dans les variables initiales en un nombre plus réduit de dimensions synthétiques (3.3.). Une Classification Ascendante Hiérarchique (CAH) est ensuite mise en œuvre sur les résultats de l'ACP afin de dégager les principaux types de logique de choix de nouvelles localisations que recèle l'échantillon (3.4.).
Enfin, les classes issues de la CAH sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale sont croisées avec les résultats des traitements statistiques se rapportant aux acteurs de la décision afin de mettre en évidence des profils complets de processus de décision de localisation (3.5.).

La compréhension des logiques sous-jacentes aux décisions de localisation étudiées passe par l'identification des caractéristiques locales qui ont guidé les entreprises répondantes dans leur choix. Les parties 3 et 4 du questionnaire ainsi que les questions 4, 7, 8 et 9 de la partie 6 (voir annexe 1.2.) avaient pour objectif de mettre à jour les caractéristiques locales, qualifiées en l'occurrence de facteurs de localisation (voir la partie 1, chapitre 1), les plus déterminantes dans le processus de sélection du lieu d'implantation du nouveau site.

Etant donné le nombre relativement faible de décisions de localisation à l'international de l'échantillon (seulement 15 décisions sur 102), les facteurs de localisation les plus déterminants dans le choix du pays d'accueil du nouveau site (partie 3) n'ont fait l'objet que d'analyses univariées. Pour la réalisation des traitements statistiques multivariés, seules ont été conservées les réponses aux questions des parties 4 et 6, qui se rapportaient à l'ensemble des décisions de l'échantillon et avaient, de ce fait, une réelle signification sur le plan statistique.

Il convient de garder à l'esprit que les données obtenues correspondent à des notes sur des échelles de Likert en 6 points. Elles traduisent les perceptions qu'ont les répondants individuels de l'importance des différents facteurs proposés dans le choix de localisation de leur entreprise. Elles ne constituent donc qu'un reflet imparfait des motivations réelles du choix effectué. Le rôle effectivement joué par le répondant dans le processus de décision étudié, sa manière d'utiliser les échelles de notation proposées, ses éventuels défauts de mémoire ou encore ses tentatives de rationalisation *a posteriori* des choix réalisés sont susceptibles de déformer ce reflet dans des proportions plus ou moins importantes. Les résultats des différents traitements statistiques présentés dans ce chapitre doivent donc être considérés avec les précautions qu'implique toute étude statistique basée sur des perceptions des acteurs.

3.1. Analyses univariées

3.1.1. Les facteurs de localisation pris en considération à l'échelle infra-nationale

Les statistiques descriptives présentées dans le tableau 3.72 indiquent que peu de facteurs de localisation ont reçu une attention systématique dans l'ensemble de l'échantillon. De fait, seuls cinq facteurs tenant à la qualité des infrastructures routières locales, à la proximité de clients importants et à certains aspects immobiliers du choix de localisation obtiennent une note moyenne supérieure à 2,5 (qui constitue la moyenne des échelles de notation utilisées). Aucun des facteurs de localisation potentiellement liés à la préférence des décideurs pour des aires géographiques connues n'atteint ce seuil de 2,5.

La majorité des facteurs de localisation proposés aux répondants ont obtenu une note moyenne comprise entre 1 et 2. Les résultats des analyses de fréquences effectuées sur les réponses renforcent cette première caractéristique puisque seuls neuf des facteurs de localisation proposés ont reçu une majorité de notes supérieures à 1 sur les échelles de notation. Parmi ces neuf facteurs, la « Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales » et l'« Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement » se distinguent par le fait que la majorité des répondants leur ont attribué une note de 4 ou 5. Il s'agit donc de préoccupations largement partagées au sein de l'échantillon. Ces facteurs de localisation expriment les besoins les plus basiques de toute entreprise créant un nouveau site. Quelle que soit la nature de son activité principale, il faut en effet à ce nouveau site, au minimum, un toit pour l'accueillir et un raccordement direct au réseau routier pour permettre la circulation des flux physiques et de personnes (en particulier les déplacements du personnel

qui y est rattaché) que son fonctionnement requiert. Ces facteurs immobiliers et d'accessibilité routière ne sont cependant discriminants qu'à petite échelle. C'est précisément ce qui explique qu'ils interviennent dans l'ensemble des décisions étudiées et ce quelle que soit l'échelle à laquelle la recherche de la nouvelle localisation est menée.

Par ailleurs, un écart type élevé (souvent supérieur à 1,5) est associé à la plupart des facteurs de localisation. C'est le signe d'une forte dispersion dans l'importance accordée aux différents facteurs d'une décision de localisation à l'autre. Cette dispersion reflète la diversité des caractéristiques des observations composant l'échantillon (voir partie 3, chapitre 1). Afin de faciliter l'analyse comparée de la dispersion autour de la moyenne des notes attribuées aux différents facteurs de localisation par les répondants, les coefficients de variation associés à chacun des facteurs ont été reportés dans le tableau 3.72. Ces coefficients de variation s'accroissent de manière régulière au fur et à mesure que les notes moyennes diminuent. Certains facteurs de localisation font cependant exception à cette règle générale. C'est notamment le cas des facteurs tenant à l'inertie spatiale (« Proximité du siège social » et « Proximité d'autres sites appartenant à l'entreprise ou au même groupe ») et à l'utilisation, par les dirigeants, de leurs réseaux sociaux (« Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeant(s) de l'entreprise » et « Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux »). De fait, les analyses de fréquences des notes attribuées à ces facteurs montrent une opposition particulièrement tranchée entre, d'un côté, une majorité de décisions de localisation dans lesquelles ces facteurs ont joué un rôle négligeable et, de l'autre, une minorité significative de décisions dans lesquelles ils ont tenu une place importante. Entre ces deux extrêmes, ces facteurs ont recueilli relativement peu de notes intermédiaires.

Tableau 3.72 : Les facteurs de localisation déterminants à l'échelle infra-nationale – Statistiques descriptives[84]

Facteurs de localisation (0 = facteur sans importance, 5 = facteur très important)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales	3,10	1,83	0,59	22,5	24,5	53
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement	2,79	2,19	0,78	36,3	10,8	52,9
Proximité de clients importants	2,75	2,19	0,8	37,3	13,7	49,1
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité adaptés aux besoins	2,71	2,15	0,79	37,3	14,7	48,1
Niveau des coûts immobiliers	2,70	1,97	0,73	32,4	19,6	48,1
Proximité des marchés desservis par l'entreprise	2,22	2,14	0,96	47,1	14,7	38,2
Volonté de réduire les temps de trajet domicile/travail des salariés du site	2,20	1,90	0,86	43,1	24,5	32,3
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail	1,88	1,94	1,03	51	21,5	27,4
Qualité du contact avec les collectivités locales	1,81	1,87	1,03	48	25,5	26,4
Qualité des infrastructures locales de télécommunication	1,81	1,83	1,01	48	30,4	21,5
Niveau des impôts locaux	1,74	1,77	1,02	52,9	27,4	19,6
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	1,66	2,05	1,23	59,8	11,8	28,4
Qualité du cadre de vie pour les salariés	1,52	1,64	1,08	53,9	33,3	12,7
Accessibilité du site en transports en commun	1,52	1,83	1,2	59,8	19,6	20,6
Agrément du paysage et du climat	1,43	1,73	1,21	59,8	24,5	15,7
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics	1,43	1,85	1,29	62,7	19,6	17,6
Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeant(s) de l'entreprise	1,43	1,96	1,37	65,7	10,8	23,5
Coût de la main d'œuvre locale	1,40	1,75	1,25	60,8	21,6	17,6
Proximité du siège social de l'entreprise	1,40	2,04	1,46	67,6	7,8	24,5
Main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée	1,33	1,73	1,3	63,7	17,6	18,6
Proximité des fournisseurs ou des sous-traitants	1,28	1,71	1,34	62,7	23,5	13,8
Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie	1,25	1,67	1,34	65,7	20,6	13,7
Proximité d'autres sites appartenant à l'entreprise ou au même groupe	1,22	1,95	1,6	73,5	4,9	21,6
Proximité d'un aéroport à desserte nationale	1,20	1,79	1,49	70,6	11,8	17,6
Réseau de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise	1,20	1,85	1,54	69,6	12,8	17,6
Proximité d'un aéroport international	1,18	1,78	1,51	71,6	11,7	16,7

[84] Le total des pourcentages de réponses à certains items est inférieur à 100%. La différence est alors due à l'existence de non réponses sur les items en question. Dans les traitements statistiques multivariés réalisés ultérieurement, ces non réponses ont été remplacées par la moyenne des réponses sur l'item.

Facteurs de localisation (0 = facteur sans importance, 5 = facteur très important)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Présence locale d'activités de services aux entreprises	1,17	1,68	1,44	67,6	16,7	15,7
Proximité d'infrastructures ferroviaires	1,08	1,71	1,58	71,6	13,7	14,7
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	1,06	1,66	1,57	72,5	14,7	12,8
Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur	,89	1,48	1,66	75,5	14,7	9,8
Présence locale d'autres sites similaires	,82	1,43	1,74	76,5	15,6	7,8
Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux	,81	1,48	1,83	78,4	10,8	10,8
Proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs	,79	1,29	1,63	77,5	17,6	4,9
Opportunités locales d'emplois pour les conjoint(e)s des salariés	,75	1,24	1,65	80,4	15,7	3,9
Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux	,73	1,41	1,93	80,4	9,8	9,8
Présence locale d'entreprises concurrentes	,63	1,30	2,06	82,4	11,8	5,8
Terrains ou locaux d'activité mis à disposition par un partenaire commercial de l'entreprise	,60	1,42	2,37	85,3	6,9	7,9
Présence locale d'un centre de décision bancaire	,52	1,16	2,23	85,3	10,7	3,9
Proximité de laboratoires de recherche	,44	1,11	2,52	88,2	7,8	4
Proximité de sources de matières premières agricoles et/ou minérales	,40	1,17	2,93	89,2	6,9	3,9
Proximité d'un port maritime et/ou fluvial	,28	,95	3,39	93,1	3	3,9
Implantation dans une zone franche	,25	,80	3,2	94,1	4,9	1
Financement en capital par une société de développement régional	,22	,78	3,55	94,1	3,9	2

3.1.2. Les critères de choix du pays d'accueil du nouveau site

Les statistiques descriptives concernant les facteurs déterminants dans le choix du pays d'accueil du nouveau site sont présentées dans le tableau 3.73. Ces résultats ne concernent que les 15 décisions de localisation à l'étranger que comportait l'échantillon. Ils doivent donc être interprétés avec une prudence d'autant plus grande que ces observations présentent des caractéristiques bien spécifiques au regard des décisions prises à l'intérieur du territoire français. Ainsi, 13 d'entre elles (soit plus de 85% du total) concernent de nouvelles unités de production industrielle.

Parmi les facteurs de localisation proposés, 7 ont reçu une note moyenne supérieure à 2,5. De plus, une majorité de facteurs a obtenu des notes moyennes comprises entre 2,5 et 1,5. Ces caractéristiques d'ensemble semblent indiquer que, au sein de l'échantillon, les réflexions préalables au choix d'un pays d'accueil ont été plus approfondies et plus exhaustives que celles portant sur le choix d'un lieu d'implantation précis à l'intérieur d'un pays donné, qu'il s'agisse de la France ou d'un pays étranger.

Ces réflexions apparaissent en outre plus marquées au coin de la rationalité économique si l'on en juge par l'importance accordée, en moyenne, aux critères de coût et de disponibilité des facteurs de production (« Coût de la main d'œuvre locale », « Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément », « Niveau de la fiscalité »).

Les analyses de fréquences pratiquées sur les réponses révèlent la présence de facteurs de localisation atypiques pour lesquels les notes se répartissent de manière polaire sur les échelles de notation proposées, les répondants ayant peu recouru aux positions intermédiaires. Ces facteurs atypiques permettent de repérer, parmi les décision de localisation à l'international de l'échantillon, certaines des principales motivations des Investissements Directs à l'Etranger mises en avant, dans le domaine industriel, par la littérature (Dunning, 1992) : La recherche d'une main d'œuvre à faible coût (« Coût de la main d'œuvre locale »), la volonté de conquérir de nouveaux marchés à l'étranger ou de défendre la position commerciale acquise par l'entreprise sur le marché local (« Volonté de défendre ou d'améliorer la position commerciale de l'entreprise », « Potentiel de croissance du marché domestique », « Taille du marché domestique du pays d'accueil ») ou encore la volonté de sécuriser et de faciliter, notamment d'un point de vue logistique, l'approvisionnement en matières premières de l'entreprise (« Présence de sources de matières premières utiles à l'entreprise »).

Le choix du pays d'accueil du nouveau site apparaît en revanche moins marqué par des comportements de préférence des décideurs pour des pays connus. La lecture du tableau 3.73 témoigne ainsi de la remarquable faiblesse des effets d'imitation à cette échelle. On n'y trouve en particulier quasiment aucune trace des logiques de suivisme par rapport aux choix d'implantation de l'entreprise leader qui sont censés caractériser les secteurs oligopolistiques (Joffre, 1994).

Plutôt que celles de leurs concurrents, ce sont les décisions d'implantation de leurs principaux clients qui paraissent à la fois guider et contraindre les choix de pays des entreprises de l'échantillon. La note élevée accordée au facteur « Présence locale de clients importants », la répartition polaire des notes sur cet item ainsi que l'importance significative des pressions exercées par leurs clients sur les entreprises créant leur premier site de production dans un nouveau pays (voir dans le chapitre précédent) indiquent qu'une part significative des décisions de localisation à l'international que compte l'échantillon sont destinées à accompagner, de manière plus ou moins volontaire, le développement à l'international de ces clients, à l'image de ce qui a été observé pour les sous-traitants automobiles nippons aux Etats-Unis (Florida et Smith, 1994).

Par ailleurs, certaines des entreprises répondantes ont privilégié les pays dans lesquels elles étaient déjà présentes, sous une forme ou sous une autre (« Présence antérieure d'autre(s) site(s) de l'entreprise », « Présence antérieure sous d'autres formes »). Cette préférence s'inscrit en outre dans le cadre de stratégies de pénétration du marché domestique du pays d'accueil, signalant l'adoption de logiques d'engagement progressif sur ces marchés similaires à celles mises en avant par Johanson et Vahlne (1977) et les auteurs de l'école d'Uppsala.

Il convient enfin de signaler que les facteurs de localisation de la partie 6 (« Qualité du cadre de vie pour les salariés », « Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux », « Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux », « Présence locale d'autres sites similaires ») qui ont été intégrés dans le tableau 3.72 s'appliquent à l'ensemble du processus de prise de décision. Dans le cas des décisions de localisation à l'international, le questionnaire ne permet pas d'évaluer dans quelle mesure les notes accordées par les répondants à ces facteurs s'appliquent au choix du pays d'accueil ou à celui d'un lieu géographique plus précis à l'intérieur de ce pays d'accueil.

Les données fournies par le tableau 3.73 laissent toutefois penser que le recours, par les décideurs, à leur réseau de relations personnelles et les logiques mimétiques interviennent

peu dans le choix du pays d'accueil du nouveau site mais affectent plutôt le choix d'un lieu d'implantation précis à l'intérieur du territoire national de ce pays d'accueil.

Tableau 3.73 : Les facteurs de localisation déterminants dans le choix du pays d'accueil du nouveau site – Statistiques descriptives[85]

Facteurs de localisation (0 = facteur sans importance, 5 = facteur très important)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Coût de la main d'œuvre locale	3,40	1,88	0,55	20	13,3	66,7
Qualité du réseau routier et/ou autoroutier	3,20	2,04	0,64	26,7	13,4	60
Attitude des autorités gouvernementales vis-à-vis des investisseurs étrangers	3,00	2,10	0,7	26,7	26,7	46,7
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément	3,00	1,73	0,58	20	40	40
Présence locale de clients importants	2,73	2,22	0,81	40	13,3	46,7
Niveau du risque politique	2,67	2,16	0,81	33,3	26,7	40
Niveau de la fiscalité	2,60	1,84	0,71	26,7	46,7	26,6
Incitations fiscales et aides accordées par les autorités gouvernementales	2,33	1,99	1,26	33,3	33,3	33,3
Volonté de défendre ou d'améliorer la position commerciale de l'entreprise	2,13	2,26	1,06	46,7	13,3	40
Qualité des infrastructures de télécommunication	2,13	1,96	0,92	40	20	40
Souplesse de la législation du travail et sociale	2,13	1,96	0,92	46,7	20	33,3
Densité du tissu industriel local	2,07	1,98	0,96	53,3	13,3	33,3
Faiblesse des barrières linguistiques	2,00	1,96	0,98	46,7	26,7	26,6
Niveau de syndicalisation	2,00	2,07	1,04	46,7	20	33,3
Potentiel de croissance de ce marché domestique	1,93	2,15	1,11	53,3	13,4	33,3
Proximité avec le siège social de l'entreprise	1,93	1,75	0,91	46,7	20	33,3
Niveau du risque de change	1,87	1,96	1,05	53,3	20	36,6
Taille du marché domestique du pays d'accueil	1,87	2,07	1,11	53,3	13,4	33,3
Qualité du système éducatif primaire/secondaire	1,80	1,70	0,94	46,7	33,3	20
Qualité du système d'enseignement supérieur	1,80	1,90	1,06	53,3	13,3	33,3
Qualité de la desserte aérienne internationale	1,80	1,93	1,07	53,3	20	26,6
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	1,73	1,94	1,12	53,3	26,7	20
Importance des barrières douanières	1,67	1,99	1,19	53,3	26,7	20
Qualité du système bancaire	1,60	1,72	1,08	53,3	26,7	20
Présence antérieure d'autre(s) site(s) de l'entreprise	1,60	2,10	1,31	60	13,3	26,6
Proximité culturelle avec la France	1,47	1,85	1,26	60	20	20

[85] Le total des pourcentages de réponses à certains items est inférieur à 100%. La différence est alors due à l'existence de non réponses sur les items en question.

Facteurs de localisation (0 = facteur sans importance, 5 = facteur très important)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Appartenance à une zone de libre-échange	1,47	1,92	1,31	60	20	20
Présence de sources de matières premières utiles à l'entreprise	1,33	2,16	1,62	73,3	0	26,7
Main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée	1,2	1,57	1,31	66,7	20	13,3
Disponibilité de financement en capital	1,2	1,7	1,42	60	26,7	13,3
Présence antérieure sous d'autres formes	1,13	1,85	1,64	73,3	6,7	20
Système éducatif en langue française	0,93	1,83	1,97	80	6,7	13,3
Qualité des infrastructures portuaires	0,93	1,62	1,74	73,3	20	6,7
Qualité des infrastructures ferroviaires	0,93	1,39	1,5	73,3	20	6,7
Dirigeant(s) de l'entreprise originaire(s) du pays d'accueil	0,6	1,59	2,65	86,7	0	13,4
Présence antérieure d'entreprises concurrentes	0,33	1,05	3,18	93,3	0	6,7
Pays d'origine d'un des concurrents de l'entreprise	0,33	0,9	2,73	86,7	13,4	0
Présence antérieure d'autres entreprises françaises	0	0	0	0	0	0

3.2. Analyses bivariées

La pauvreté des résultats obtenus par les analyses univariées sur les facteurs de localisation pris en considération à l'échelle infra-nationale invite à dépasser les réflexions d'ensemble pour privilégier des approches plus contingentes des logiques de choix de localisation étudiées. L'adoption d'une approche contingente apparaît particulièrement pertinente pour les facteurs de localisation se rapportant à la préférence des décideurs pour des aires géographiques connues. En effet, si les notes moyennes obtenues par ces facteurs dans l'ensemble de l'échantillon sont faibles, ils n'en jouent pas moins un rôle important dans certaines des décisions étudiées.

Or l'examen de la littérature empirique existante conduit à souligner la contingence du rôle joué par la préférence des décideurs pour les localisations connues en fonction des situations de décision rencontrées. Tout d'abord, les recherches empiriques menées sur ce thème se sont concentrées sur des populations de décisions de localisation aux caractéristiques bien particulières. De fait, ces recherches se sont exclusivement intéressées à l'étude des décisions de localisation de sites de services aux particuliers à des échelles infra-nationales et de nouvelles usines à l'échelle internationale (voir partie 1, chapitre 3). La nature des activités à localiser et l'échelle géographique à laquelle la décision de localisation est prise apparaissent donc, de manière implicite, comme deux variables de contingence importantes. De manière plus explicite, la taille des entreprises est utilisée, dans ces recherches, comme une variable explicative essentielle du niveau de préférence des entreprises pour les localisations connues. Les PME sont ainsi supposées avoir des tendances à l'inertie et à l'imitation plus prononcées que les grandes entreprises (Belderbos et Carree, 2000). Les processus de décision étant plus centralisés et individualisés dans les PME que dans les grandes entreprises, les dirigeants de PME sont également supposés faire plus appel à leurs réseaux de relations personnelles pour trouver la nouvelle localisation. Enfin, ces réseaux de relations personnelles des dirigeants d'entreprises sont présentés comme une ressource spécifique particulièrement utilisée par les entreprises à direction familiale pour faciliter et guider leurs choix de localisation, notamment à l'échelle internationale (Basly, 2002).

L'objet de cette section est d'identifier, parmi les variables de contingence mises en exergue par la littérature, celles qui permettent le mieux d'expliquer l'émergence de comportements significatifs d'inertie cognitive, d'imitation et d'utilisation, par les dirigeants,

de leurs réseaux sociaux. A cette fin, des analyses de la variance à un facteur ont été réalisées en utilisant comme variables à expliquer les 43 facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale et comme variables nominales explicatives les caractéristiques des observations de l'échantillon.

3.2.1. La contingence économique des logiques de choix de localisation

Le tableau 3.74 présente l'ensemble des facteurs de localisation pour lesquels des différences de moyennes significatives au seuil de 5% existent en fonction de la nature de l'activité principale du nouveau site. Les facteurs sont classés par ordre de significativité décroissante, telle qu'indiquée par la valeur du F de Fischer et par la probabilité qui lui est associée.

Globalement, les résultats de ces ANOVA traduisent la contingence économique des logiques sous-jacentes aux choix de localisation étudiés. Ils indiquent en effet que les critères utilisés par une entreprise pour sélectionner le lieu d'implantation pour un nouveau site dépendent des besoins en ressources du site en question, ces besoins étant eux-mêmes fonction de la nature des activités accueillies par le nouveau site (Schmenner et alii, 1987 ; Hayter, 1997). Les résultats les plus intéressants concernent les sites de production de biens et les sites de services qui représentent la plus grand part de l'échantillon. Pour les autres activités, le faible nombre des observations contenues dans l'échantillon ne permet pas de faire émerger de tendances ayant une réelle signification statistique.

Le tableau 3.74 permet avant tout de souligner les particularités notables des logiques de choix de localisation des unités de production industrielle, qui représentent la majorité des observations, par rapport à celles des autres activités incluses dans l'échantillon. Les choix de localisation de sites de production de biens sont en effet fortement conditionnés par la recherche de terrains à bâtir disponibles, par les facteurs institutionnels locaux (« qualité du contact avec les collectivités locales », « aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics », « niveau des impôts locaux ») et par la recherche d'une main d'œuvre peu ou pas qualifiée à coût relativement faible. A l'inverse, ces différents critères de choix apparaissent secondaires pour les autres types de site. Les sites de recherche et développement font cependant exception, puisque nombre des facteurs de localisation recevant une attention importante dans le cas du choix de localisation de sites de production industrielle y reçoivent une note moyenne remarquablement élevée. Ces résultats ne portent cependant que sur 3 décisions de localisation et peuvent, à ce titre, refléter la spécificité de certaines d'entre elles sans que l'on puisse pour autant en tirer d'enseignements d'application plus générale. Cette

spécificité est discernable par exemple dans la note moyenne relativement élevée obtenue par le facteur « main d'œuvre peu ou pas qualifiée », ce qui constitue un résultat plutôt contre-intuitif pour des activités de R&D qui requièrent généralement une main d'œuvre hautement qualifiée.

La différence de moyennes la plus significative concerne la recherche de terrains à bâtir disponibles qui conditionne fortement les choix de localisation de sites de production de biens. Ce résultat n'a rien de surprenant puisque 19 des 24 opérations d'achat de terrains et de construction de bâtiments de l'échantillon concernent des sites de production de biens. Ce type d'activité nécessite en effet souvent des locaux d'activité adaptés à ses besoins spécifiques que le parc d'immobilier d'entreprises existant, constitué en majorité de locaux d'activité standardisés, n'est pas toujours en mesure de satisfaire (Nappy-Choulet, 1999).

Le rôle important des facteurs institutionnels locaux dans les choix de localisation des sites de production industrielle est le reflet de l'intérêt particulier que portent traditionnellement les collectivités locales à ces activités, eu égard à l'importance de leurs effets supposés sur l'emploi à l'échelle locale. Il reflète également la nature particulière des opérations immobilières réalisées sur ce type de site. L'achat de terrains et la construction de bâtiments adaptés représentent en effet des investissements importants pour les entreprises. Le poids financier de ces investissements peut être considérablement allégé par les aides à l'implantation ou les avantages fiscaux offerts par les pouvoirs publics.

Les décisions de localisation de sites de services sont quant à elles guidées en premier lieu par la proximité géographique avec des clients importants de l'entreprise qui permet de fréquents contacts en face-à-face entre ces clients et le personnel attaché au nouveau site. En revanche, l'importance accordée aux différents critères se rapportant à la préférence des décideurs pour des localisations connues ne diffère pas de manière significative selon la nature de l'activité principale du nouveau site

Tableau 3.74 : Résultats des tests de différences de moyenne sur la variable de contingence « activité principale du nouveau site »

Facteurs de localisation	Moyenne Production de biens	Moyenne Services	Moyenne Tertiaire industriel supérieur	Moyenne R&D	Moyenne Logistique et stockage	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**52**	**35**	**5**	**3**	**7**	**102**	11,948	
Financement en capital par une société de développement régional	0,06	0,31	0	2,67	0	0,22	6,899	0,000
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	2,56	0,49	1,6	0,67	1,29	1,66	5,655	0,000
Qualité du contact avec les collectivités locales	2,54	0,83	1,6	2,67	1,14	1,81	3,832	0,000
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	1,62	0,34	0,4	1,67	0,71	1,06	3,832	0,006
Coût de la main d'œuvre locale	1,96	0,83	0,4	2,33	0,43	1,40	3,798	0,007
Proximité de clients importants	2,29	3,74	2,2	0,33	2,57	2,75	3,756	0,007
Niveau des impôts locaux	2,19	1,03	1,8	2,67	1,43	1,74	2,679	0,036
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics	1,85	0,8	0,6	3	1,43	1,43	2,628	0,039

3.2.2. Recherche de la localisation au moindre coût et mimétisme

Pour Aydalot (1985), les logiques de choix de localisation différent selon l'échelle à laquelle la recherche du nouveau lieu d'implantation est menée. En effet, certaines caractéristiques locales, telles que le prix des terrains ou le niveau des loyers, peuvent varier très fortement à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine. A l'inverse, d'autres caractéristiques, telles que le niveau des salaires, ne varient de manière sensible que d'une région à l'autre, voire d'un pays à l'autre. Une entreprise recherchant un nouveau site à l'échelle d'une agglomération urbaine accordera donc une attention très réduite à cette caractéristique qui peut, à l'inverse, être un facteur déterminant dans le choix de localisation d'une entreprise menant sa recherche à l'échelle d'un pays et, encore plus, à l'échelle internationale. De fait, la littérature sur les décisions de localisation, quel que soit le champ disciplinaire considéré, traite généralement de manière strictement séparée les décisions locales et intra-urbaines et les décisions inter-régionales et internationales.

Plutôt que de reprendre le détail des items proposés aux répondants dans le questionnaire, nous avons donc choisi de diviser l'échantillon en deux selon que les entreprises répondantes ont déclaré avoir réalisé la recherche du lieu d'implantation de leur nouveau site dans un périmètre inférieur ou égal à celui d'une région (échelle infra-régionale), d'une part, ou dans une aire géographique englobant plusieurs régions voire même plusieurs pays (échelle inter-régionale), d'autre part.

Une lecture rapide du tableau 3.75 révèle des similitudes importantes avec le tableau 3.74 présenté plus haut. Ces similitudes s'expliquent par le fait que 15 des 16 décisions de localisation pour lesquelles la recherche d'un nouveau lieu d'implantation a dépassé l'échelle d'une région française concernaient des sites de production industrielle. Ainsi s'explique la significativité, dans les deux cas, des tests de différence de moyennes concernant le facteur « Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site ».

Tableau 3.75 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « échelle géographique de la recherche »

Facteurs de localisation	Moyenne recherches à une échelle infra-régionale	Moyenne recherches à une échelle inter-régionale	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**86**	**16**	**102**		
Proximité d'un port maritime et/ou fluvial	0,12	1,19	0,28	20,565	0,000
Coût de la main d'œuvre locale	1,1	3,06	1,4	20,266	0,000
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail	1,64	3,19	1,88	9,335	0,003
Qualité du contact avec les collectivités locales	1,59	3	1,81	8,173	0,005
Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise	1,66	0,19	1,43	8,209	0,005
Présence locale d'autres sites similaires	0,67	1,63	0,82	6,263	0,014
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics	1,24	2,44	1,43	5,896	0,017
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	1,48	2,63	1,66	6,263	0,039
Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur	0,77	1,56	0,89	4,036	0,047
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	0,92	1,81	1,06	4,009	0,048

C'est avant tout la recherche d'une main d'œuvre à moindre coût pour leurs activités de production qui incite les entreprises industrielles à élargir l'échelle de leur recherche de nouvelles localisations. Il n'y a rien d'étonnant à cela puisque, comme cela a été dit plus haut, le niveau des salaires et, plus généralement, des coûts du travail à qualification égale ne varie de manière sensible que d'une région à l'autre, voire d'un pays à l'autre (Aydalot, 1985). Une entreprise qui souhaite réaliser des économies significatives sur cette catégorie de coûts doit donc nécessairement envisager de s'implanter dans des régions ou des pays différents de ceux qui accueillent ses implantations actuelles et doit procéder souvent à la recherche du nouveau lieu d'implantation à une échelle inter-régionale voire internationale. On retrouve ici en filigrane le spectre des délocalisations productives, avec toutes les précautions qu'induit l'emploi de ce terme (voir la partie 1, chapitre 1).

Il convient toutefois de noter que, lorsque la recherche de la nouvelle localisation est menée à une échelle inter-régionale, l'accès à une main d'œuvre qualifiée joue un rôle plus

déterminant (y compris au travers de la proximité géographique avec des établissements d'enseignement supérieur) que l'accès à une main d'œuvre peu ou pas qualifiée, alors que cette dernière constitue, dans 12 cas, plus de 75% de l'effectif du nouveau site. L'accès à une main d'œuvre peu ou pas qualifiée et bon marché représente en effet un critère de choix moins discriminant à l'intérieur d'un pays donné, qu'il s'agisse de la France ou d'un pays étranger, que l'accès au personnel qualifié dont le nouveau site a besoin, quand bien même ce personnel qualifié ne représenterait qu'un faible pourcentage de ses besoins en recrutement.

La recherche d'aides publiques à l'implantation et d'un bon contact avec les collectivités locales s'inscrit dans une perspective similaire de diminution des coûts d'installation et de fonctionnement du nouveau site. Ces critères sont d'autant plus discriminants que l'échelle de la recherche du nouveau lieu d'implantation est large. Le fait de prendre en considération plusieurs régions ou pays permet en effet aux entreprises d'être plus sélectives dans ce domaine. Elle les autorise également à mettre en concurrence de manière plus crédible les offres de différentes collectivités locales (Hayter, 1997).

L'importance accordée à la qualité du contact avec les collectivités locales dénote également la volonté d'éviter, autant que faire se peut, les difficultés administratives qui, notamment à l'international, peuvent perturber le bon fonctionnement du nouveau site, voire même remettre en cause la réalisation du projet.

Les logiques de recherche de l'implantation au moindre coût qui caractérisent les décisions de localisation à des échelles inter-régionales sont cependant tempérées par la volonté des entreprises de disposer d'infrastructures locales, notamment portuaires, satisfaisantes.

Les différences significatives mises en évidence par cette variable de contingence n'ont pas seulement trait à des logiques économiques. Des comportements d'aversion pour l'incertitude associée au choix de localisations méconnues interviennent également dans les deux catégories de comportements de localisation distinguées.

Les recherches menées à des échelles infra-régionales sont ainsi influencées de manière plus significative par la volonté de certains cadres dirigeants de demeurer (ou de revenir) dans leur milieu local d'origine. Selon les cas, les cadres ainsi désignés occupent des fonctions de direction générale ou des responsabilités plus locales. La volonté de limiter le processus de recherche à l'aire géographique d'origine des décideurs relève en partie d'une logique de commodité personnelle de leur part. Cela permet également à leur entreprise de profiter de leur connaissance du milieu local, par exemple pour faciliter l'accès à certaines

ressources dont elle a besoin. Quoi qu'il en soit, ce critère de choix apparaît comme un facteur explicatif important de l'inertie spatiale forte qui caractérise les décisions de localisation de l'échantillon.

A l'inverse, lorsque les entreprises entreprennent une recherche plus large, elles sont généralement amenées à inclure dans leur ensemble de considération des aires géographiques (régions ou pays) dans lesquelles elles ne disposent d'aucune présence préalable. Ne pouvant pas s'appuyer sur leur expérience directe de ces lieux d'implantation, elles s'en remettent, comme le montre le tableau 3.76, à l'observation et à l'imitation des choix de localisation effectués par d'autres entreprises pour des sites similaires.

Même si la magnitude de ce mimétisme demeure modeste, ce résultat est important car il conforte, à partir des déclarations des décideurs, les résultats obtenus par les recherches empiriques préexistantes à partir de l'étude de données secondaires. Il confirme en effet que l'imitation joue un rôle significatif dans les choix de localisation de sites de production industrielle à des échelles inter-régionales et, *a fortiori*, internationales. Il confirme également que ces comportements mimétiques sont d'autant plus prononcés que l'entreprise ne dispose d'aucune implantation préalable dans le pays d'accueil choisi pour le nouveau site (Delios et Henisz, 2001, voir tableau 3.76 ci-dessous).

Tableau 3.76 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « présence locale préalable de site(s) de l'entreprise »

Facteurs de localisation	Moyenne présence préalable dans la même région	Moyenne présence préalable dans le même pays	Moyenne aucune présence préalable dans le pays d'accueil	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**72**	**20**	**10**	**102**		
Proximité d'un port maritime et/ou fluvial	0,11	0,3	1,5	0,28	11,363	0,000
Coût de la main d'œuvre locale	1,19	1,15	3,4	1,4	8,235	0,000
Présence locale d'un centre de décision bancaire	0,44	0,3	1,5	0,52	4,368	0,015
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	1,76	0,7	2,8	1,66	4,058	0,020
Présence locale d'autres sites similaires	0,72	0,6	2	0,82	4,032	0,021
Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie	1,53	0,8	0,2	1,25	3,916	0,023
Proximité d'un aéroport international	1,01	1,05	2,6	1,18	3,756	0,027
Proximité des fournisseurs ou des sous-traitants	1,14	2,1	0,7	1,28	3,266	0,042

En revanche, l'apparition de comportements d'imitation n'est pas particulièrement due au fait que l'entreprise s'implante dans un pays étranger, puisque le test de différence de moyennes réalisé pour ce critère avec la variable de contingence « lieu d'implantation du nouveau site » ne donne pas de résultat significatif (voir le tableau 3.77).

Tableau 3.77 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « lieu d'implantation du nouveau site »

Facteurs de localisation	Moyenne Implantation en France	Moyenne Implantation à l'étranger	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**86**	**15**	**102**		
Coût de la main d'œuvre locale	1,07	3,33	1,40	26,784	0,000
Proximité d'un port maritime et/ou fluvial	0,13	1,2	0,28	19,400	0,000
Proximité d'un aéroport international	0,97	2,4	1,18	9,001	0,003
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics	1,22	2,67	1,43	8,434	0,005
Présence locale d'un centre de décision bancaire	0,4	1,2	0,52	6,394	0,013
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement	3	1,6	2,79	5,480	0,021
Niveau des impôts locaux	1,57	2,67	1,74	5,041	0,027
Qualité du cadre de vie pour les salariés	1,67	0,67	1,52	4,946	0,028
Qualité du contact avec les collectivités locales	1,66	2,73	1,81	4,392	0,039

3.2.3. L'encastrement des PME et de leurs dirigeants dans leur milieu local d'origine

Le tableau 3.78 retrace l'ensemble des différences significatives entre les critères de choix utilisés par les PME, d'une part, et ceux utilisés par les grandes entreprises, d'autre part. Bon nombre des facteurs de localisation apparaissant dans ce tableau présentaient déjà des moyennes significativement différentes en fonction des variables de contingence étudiées précédemment. Cette similitude s'explique par le fait que, au sein de l'échantillon, la plupart des décisions de localisation à l'international, en particulier lorsque l'entreprise concernée ne disposait d'aucune implantation préalable dans le pays d'accueil choisi, relève de grandes entreprises. Cette explication vaut également pour les comportements mimétiques qui sont significativement plus importants dans les décisions de localisation des grandes entreprises que dans celles des PME.

La significativité des tests de différence de moyennes sur les facteurs « Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeant(s) de l'entreprise », « Proximité du siège social », « Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux » ainsi que, dans une moindre mesure, du test sur le facteur « Réseau de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise » constitue en revanche un fait nouveau.

Tableau 3.78 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable discriminante « taille de l'entreprise »

Facteurs de localisation	Moyenne PME	Moyenne Grandes entreprises	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	62	40	102		
Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeant(s) de l'entreprise	1,92	0,68	1,43	10,776	0,001
Proximité du siège social	1,92	0,6	1,40	11,250	0,001
Niveau des impôts locaux	1,32	2,38	1,74	9,257	0,003
Présence locale d'autres sites similaires	0,48	1,35	0,82	9,672	0,002
Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux	1,1	0,38	0,81	6,066	0,015
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	0,74	1,55	1,06	6,019	0,016
Coût de la main d'œuvre locale	1,08	1,9	1,40	5,548	0,020
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail	1,56	2,38	1,88	4,404	0,038
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	1,32	2,18	1,66	4,337	0,040
Financement en capital par une société de développement régional	0,34	0,03	0,22	4,065	0,046
Réseau de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise	*1,48*	*0,75*	*1,20*	*3,932*	*0,050*

Ces résultats indiquent que les choix de localisation des PME sont influencés de manière significative par la volonté explicite de leurs dirigeants de conserver les activités concernées par la décision de localisation implantées dans leur région d'origine. *A contrario*, cette volonté explicite d'enracinement dans leur milieu local d'origine n'existe pour ainsi dire pas dans les grandes entreprises de l'échantillon.

L'inertie spatiale relativement plus forte qui caractérise les décisions de localisation des PME est de nature à permettre à leurs dirigeants de conserver un contrôle plus étroit sur les activités concernées par la décision de localisation. La gestion des PME se singularise en effet par le caractère plus centralisé des activités de direction et par la prédominance, en interne, des relations informelles nécessitant un contact physique direct régulier.

Le tableau 3.78 indique cependant qu'une part substantielle de cette inertie spatiale peut être attribuée aux effets structurants des réseaux sociaux géographiquement plus localisés des dirigeants de PME (Romo et Schwartz, 1995). L'implantation dans le milieu local d'origine de leurs dirigeants permet ainsi à ces entreprises d'obtenir ou de conserver un accès aisé aux ressources dont le nouveau site a besoin. L'inertie discernable dans les choix de localisation des PME serait donc, pour partie, la traduction de l'encastrement (au sens de l'*embeddedness* de Granovetter, 1985) de leurs dirigeants et, par conséquent, de ces entreprises elles-mêmes, dans leur milieu local d'origine.

L'importance du rôle joué par ces logiques d'encastrement dans les choix de nouvelles localisations par les PME ne doit cependant pas être surestimée. Les facteurs de localisation correspondants obtiennent en effet des notes moyennes somme toute modestes sur l'ensemble des décisions des PME de l'échantillon. Ces notes sont en effet toutes comprises entre 1 et 2 et demeurent donc inférieures à la moyenne des échelles de notation proposées.

Le niveau relativement élevé des écarts-types qui leurs sont associés permet en outre de penser que ces logiques « encastrées » n'influent de manière déterminante sur les choix de localisation des PME que dans certains des cas étudiés. Il convient donc de déterminer à quelles situations de décision particulières correspondent ces cas. Dans cette perspective, la réalisation d'analyses multivariées, et en particulier d'une analyse typologique, sur les facteurs de localisation utilisés par les décideurs à l'échelle infra-nationale peut s'avérer particulièrement intéressante.

3.3. Analyse en Composantes Principales

3.3.1. La mise en œuvre de la procédure

La procédure de l'Analyse en Composantes Principales (ACP) sur l'ensemble des facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale a été réalisée selon les mêmes principes que ceux utilisés dans le chapitre précédent pour les acteurs de la décision (pour plus de détails, voir l'encadré méthodologique 2 dans le chapitre précédent). Une présentation plus complète des résultats obtenus est proposée dans l'annexe 2.2.1..

a. Réalisation d'une ACP initiale sur l'ensemble des facteurs de localisation et sélection des six premiers axes

Une première ACP a d'abord été réalisée sur l'ensemble des 43 facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale[86]. A l'issue de cette première ACP, la mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser, Meyer et Olkin (KMO) prend la valeur 0,657. Cette valeur signale la capacité des items utilisés à être factorisés. Bien qu'elle ne soit pas très élevée (voir Hair et alii, 1998), elle n'en est pas moins tout à fait acceptable eu égard au nombre important d'items intégrés dans l'analyse.

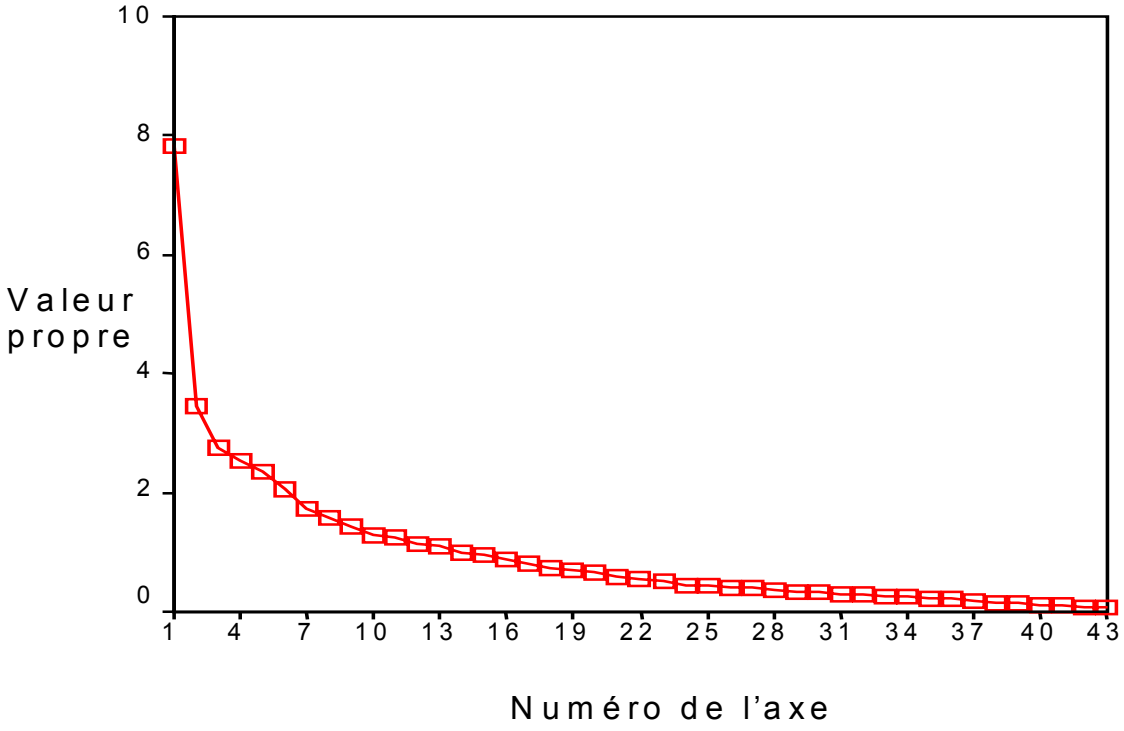
La règle de sélection des seuls axes dont la valeur propre est supérieure à 2 conduit, dans ce cas, à retenir six axes. L'examen de la courbe des valeurs propres permet également d'identifier un point d'inflexion au niveau de la sixième dimension (graphique 3.7). En outre, ces six premières dimensions expliquent conjointement prés de 49% de la variance globale, ce qui constitue un total tout à fait satisfaisant. Conformément aux principes énoncés dans l'encadré méthodologique 2 (voir chapitre précédent), c'est donc cette solution à six axes qui a été retenue.

[86] L'item « autres facteurs », correspondant aux facteurs rajoutés manuellement par les répondants à la liste qui leur était proposée dans le questionnaire, n'a pas été pris en considération pour la réalisation des ACP car il est apparu trop composite pour être significatif. Il a toutefois été intégré dans l'analyse typologique réalisée ultérieurement en qualité de variable illustrative.

Tableau 3.79 : Valeurs propres avant rotation et variance totale expliquée par les axes extraits de l'ACP initiale sur les 43 facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale

Axes	Valeur propre initiale	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	**7,832**	**18,215**	**18,215**
2	**3,454**	**8,033**	**26,247**
3	**2,747**	**6,389**	**32,636**
4	**2,528**	**5,879**	**38,515**
5	**2,355**	**5,477**	**43,992**
6	**2,077**	**4,830**	**48,822**
7	1,718	3,995	52,818
8	1,591	3,700	56,518
9	1,416	3,293	59,811
10	1,303	3,029	62,840
11	1,242	2,887	65,727
12	1,126	2,619	68,346
13	1,090	2,534	70,880
14	,975	2,268	73,148
15	,947	2,202	75,350
16	,890	2,069	77,418
17	,792	1,842	79,261
18	,748	1,741	81,001
19	,704	1,637	82,638
20	,670	1,559	84,197
21	,602	1,401	85,598
22	,564	1,312	86,910
23	,509	1,184	88,094
24	,455	1,057	89,151
25	,432	1,004	90,155
26	,421	,979	91,134
27	,389	,905	92,040
28	,374	,869	92,908
29	,347	,807	93,715
30	,319	,742	94,457
31	,299	,696	95,153
32	,293	,682	95,834
33	,271	,629	96,464
34	,241	,560	97,023
35	,238	,554	97,578
36	,228	,531	98,108
37	,177	,412	98,520
38	,133	,310	98,830
39	,129	,300	99,130
40	,117	,271	99,401
41	,096	,223	99,624
42	,091	,212	99,836
43	,070	,164	100,000

Graphique 3.7 : Courbe des valeurs propres de l'ACP initiale sur les 43 facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale



b. Elimination des items mal représentés par la solution en six axes

Une nouvelle Analyse en Composantes Principales a ensuite été réalisée en spécifiant au logiciel SPSS un nombre d'axes à extraire égal à 6. L'examen de la matrice des communalités obtenue à l'issue de cette deuxième ACP a permis de constater que certains items étaient mal représentés par les axes extraits. Ces items ont été éliminés de manière itérative, ainsi que les items « main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée » et « présence locale d'entreprises concurrentes » qui sont apparus, après rotation, fortement corrélés positivement à deux axes différents. Au final, les items suivants ont été successivement éliminés :

- terrains ou locaux d'activité mis à disposition par un partenaire commercial de l'entreprise ;
- présence locale d'autres sites similaires ;
- implantation dans une zone franche ;
- niveau des coûts immobiliers ;
- proximité d'autres sites appartenant à l'entreprise ou au même groupe ;

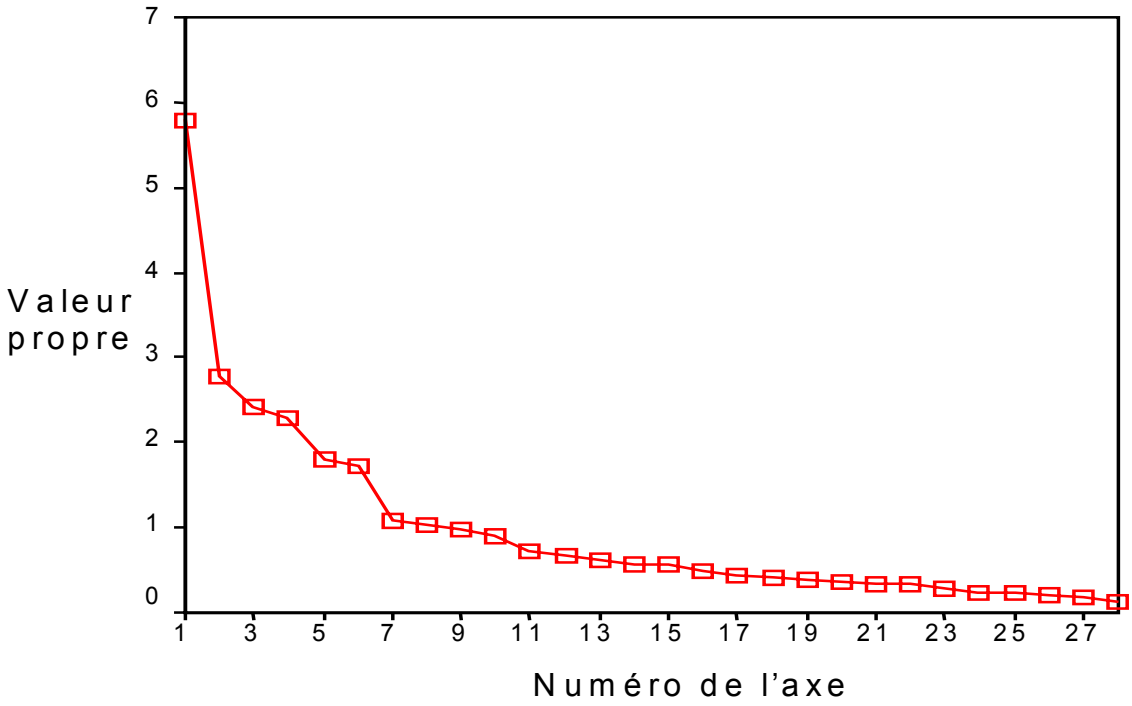
- proximité des fournisseurs ou des sous-traitants ;
- proximité de sources de matières premières agricoles et/ou minérales ;
- accessibilité du site en transports en commun ;
- proximité du siège social de l'entreprise ;
- présence locale d'activités de services aux entreprises ;
- opportunités locales d'emplois pour les conjoint(e)s des salariés ;
- proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs ;
- proximité d'un port maritime et/ou fluvial ;
- main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée ;
- présence locale d'entreprises concurrentes.

Une fois tous ces items éliminés, une nouvelle ACP a été réalisée sur les 28 items restants. Dans cette dernière solution, les cinquième et sixième dimensions ont une valeur propre légèrement inférieure à 2 (tableau 3.80). Elles ont néanmoins été conservées sur la base de l'examen de la courbe des valeurs propres associée à cette nouvelle ACP qui révèle l'existence d'un coude marqué au niveau de la sixième dimension (graphique 3.8). C'est donc finalement cette solution à six axes qui a été conservée en vue de l'interprétation.

Tableau 3.80 : Variance totale expliquée par les six axes extraits de l'ACP finale sur les 28 facteurs de localisation restants

Axe	Avant rotation			Après rotation		
	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	5,79	20,67	20,67	3,81	13,6	13,6
2	2,77	9,9	30,57	3,04	11,85	24,45
3	2,42	8,64	39,21	2,97	10,59	35,04
4	2,29	8,18	47,38	2,86	10,22	45,26
5	1,8	6,43	53,81	2,22	7,94	53,2
6	1,73	6,19	60	1,9	6,8	60

Graphique 3.8 : Courbe des valeurs propres de l'ACP sur les 28 facteurs de localisation restants



La mesure de précision d'échantillonnage KMO associée à cette dernière ACP vaut 0,722. Cette nouvelle valeur, non seulement demeure acceptable, mais elle est en outre supérieure à la valeur associée à l'ACP initiale. Les six dimensions finalement extraites expliquent conjointement 60% de la variance totale sur les items restants. Le tableau 3.80 détaille le pouvoir explicatif de chacun des axes retenus avant et après la mise en œuvre de la rotation Varimax.

3.3.2. L'Interprétation des six axes extraits de l'ACP

Le tableau 3.81 présente les corrélations les plus significatives, après rotation, entre les variables initiales et les six axes ou dimensions finalement extraits par l'Analyse en Composantes Principale sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale.

Comme pour les acteurs de la décision, l'interprétation des six dimensions extraites en termes d'oppositions se révèle particulièrement délicate (voir Lebart et alii, 2000) En effet, l'absence (à l'exception du facteur « Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement » sur le premier axe) de facteurs de localisation ayant une corrélation

significativement négative avec les six axes rend l'analyse du côté négatif de ces axes difficile. Cette absence de corrélation négative reflète en fait la grande diversité des facteurs de localisation utilisés par les décideurs de l'échantillon pour guider leurs choix de localisation. Chacun des six axes dégagés s'interprète donc plutôt en termes d'importance accordée à un ensemble de facteurs de localisation corrélés positivement avec l'axe. Ils opposent de ce fait d'un côté des décisions dans lesquelles cet ensemble de facteurs a joué un rôle central et, de l'autre, des décisions dans lesquelles son rôle a été marginal voire inexistant.

La signification des dimensions extraites par l'ACP apparaît beaucoup plus clairement à la lumière de cette explication.

Tableau 3.81 : Résultats de l'ACP sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale[87]

	1	2	3	4	5	6
Pourcentage de la variance expliquée par l'axe	**13,6%**	**10,85%**	**10,59%**	**10,22%**	**7,94%**	**6,8%**
Niveau des impôts locaux	**,734**					
Qualité du contact avec les collectivités locales	**,703**					
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site	**,699**					
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics	**,673**	,353				
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée	**,670**				,302	
Coût de la main d'œuvre locale	**,662**					
Présence locale d'un centre de décision bancaire	**,526**	,300		,302		
Proximité d'un aéroport international		**,726**				
Proximité d'un aéroport à desserte nationale		**,669**	,376			
Proximité de laboratoires de recherche		**,633**				
Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur		**,624**			,467	
Financement en capital par une société de développement régional		**,536**		,458		
Proximité d'infrastructures ferroviaires		**,524**			,352	
Volonté de réduire les temps de trajet domicile/travail des salariés du site			**,706**			
Qualité du cadre de vie pour les salariés			**,700**			
Qualité des infrastructures locales de télécommunication		,449	**,634**			
Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie			**,632**			
Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales	,417		**,595**			
Agrément du paysage et du climat			**,585**			
Réseau de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise				**,818**		
Relations privilégiées dans les milieux d'affaires locaux				**,761**		
Origine locale de dirigeant(s) de l'entreprise				**,697**		
Relations privilégiées avec des cadres d'administrations locales et/ou des élus				**,693**		
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité adaptés aux besoins					**,728**	
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement	-,300				**,671**	
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail	,341				**,649**	
Proximité des marchés desservis par l'entreprise						**,817**
Proximité de client(s) important(s)						**,802**

[87] Afin d'assurer une meilleure lisibilité au tableau, seules les composantes effectivement utilisées pour l'interprétation des axes, à savoir les composantes supérieures à 0,3 en valeur absolue, ont été représentées. Les composantes supérieures à 0,5 en valeur absolue ont été indiquées en caractères gras.

Dimension 1 : L'importance des logiques de recherche de la localisation au moindre coût pour des activités de production industrielle

Le premier axe représente 13,6% de la variance totale. Il est construit autour de l'importance accordée à deux catégories de facteurs :

La première catégorie de facteurs traduit la recherche d'une main d'œuvre peu ou pas qualifiée à moindre coût (« Main d'œuvre peu ou pas qualifiée », « Coût de la main d'œuvre locale »).

Les facteurs de la deuxième catégorie, corrélés encore plus fortement avec l'axe, révèlent l'existence d'une opposition sur cet axe entre, du côté positif, des créations de nouveaux sites réalisées au travers d'achats de terrain et de construction de bâtiments et, du côté négatif, des nouveaux sites installés dans des locaux d'activité ou des bâtiments existants et disponibles rapidement, loués ou achetés par l'entreprise. La spécificité des opérations d'achats de terrains et de construction de bâtiments et l'importance des investissements qu'elles représentent explique que ces opérations s'accompagnent d'une recherche active de financements bancaires locaux mais également d'aides publiques à l'implantation de nature à alléger le poids financier que représente pour l'entreprise le projet de création du nouveau site. L'importance des engagements financiers initialement consentis sur ce nouveau site peut également être en partie compensée par des allégements de la fiscalité locale. L'importance accordée à la qualité du contact avec les collectivités locales s'inscrit dans le cadre de cette logique de recherche active d'aides publiques. Il peut également s'agir, pour les décideurs, de faciliter la mise à disposition de terrains viabilisés ainsi que l'obtention des autorisations administratives nécessaires à la réalisation du projet (permis de construire,…).

De manière synthétique, les différents facteurs de localisation corrélés positivement avec ce premier axe traduisent l'adoption d'une logique économiquement rationnelle de recherche de la localisation au moindre coût pour des activités de production industrielle, plutôt dans des secteurs à faible intensité technologique. Ces activités nécessitent en effet avant tout l'accès à un réservoir de main d'œuvre peu ou pas qualifiée à coût relativement faible et des bâtiments adaptés à leurs besoins spécifiques que le bâti industriel existant n'est pas nécessairement en mesure de satisfaire.

Dimension 2 : L'importance des logiques de recherche de connaissances

Cette deuxième dimension explique 10,85% de la variance totale. Elle se caractérise, par l'importance du rôle joué dans les choix de localisation par l'accès à des connaissances techniques pointues (« proximité de laboratoires de recherche » et « proximité d'établissements d'enseignement supérieur ») et par l'accès à des sources locales de financement (item « financement en capital par une société de développement régional » et, de manière un peu moins marquée, item « présence locale d'un centre de décision bancaire »). Le côté positif de cet axe caractérise vraisemblablement des décisions de localisation d'entreprises appartenant à des secteurs de haute-technologie. Les projets de développement de leur activité que nourrissent ces entreprises sont conditionnés par l'obtention de financements adaptés, essentiellement sous la forme d'investissements en capital-risque. Or, la localisation géographique des activités nouvellement créées constitue un facteur discriminant essentiel dans l'octroi de ce type de financement pour des raisons structurelles (sociétés de développement régional en France) et, de manière plus générale, afin de faciliter le suivi et le contrôle, par les capitaux-risqueurs, de l'utilisation des fonds investis (Lachmann, 1999).

La volonté d'accéder à des connaissances très spécialisées et à des financements adaptés peut conduire les entreprises à implanter leur nouveau site dans un lieu géographiquement éloigné de leurs implantations existantes et, en particulier, de leur siège social. Le bon fonctionnement de ce nouveau site dépend alors de la fluidité de la circulation des hommes (corrélation positive avec les items « Proximité d'un aéroport international », « Proximité d'un aéroport à desserte nationale » et « Proximité d'infrastructures ferroviaires ») et de l'information (corrélation positive, légèrement moins significative, avec l'item « Qualité des infrastructures locales de télécommunication »). La qualité des infrastructures locales de transport et de télécommunication sur de longues distances constitue donc une condition nécessaire pour que les entreprises puissent effectivement profiter de leur accès aux connaissances locales très spécifiques qu'elles sont venues chercher.

Dimension 3 : Le poids des préoccupations liées à la qualité de vie des salariés du site

Le troisième axe explique 10,59% de la variance totale. Il est structuré par l'importance qui est accordée aux facteurs liés à la qualité de la localisation choisie en termes de cadre de vie. Cet axe met donc en avant l'importance accordée par les décideurs, lors du choix d'une nouvelle localisation, aux préoccupations des salariés ou futurs salariés du

nouveau site. Il oppose ainsi des cas dans lesquels le choix de localisation est guidé par la seule satisfaction des besoins de l'entreprise en tant qu'organisation à des décisions où les logiques d'entreprises sont tempérées par une préoccupation forte des décideurs pour le bien-être personnel des salariés de leur entreprise, ce qui inclut parfois le bien-être des décideurs eux-mêmes. Cette préoccupation pour le bien-être des salariés s'accompagne d'une attention particulière à la qualité des infrastructures locales de transport routier, en vue de faciliter les déplacements du personnel autour du nouveau site, et de télécommunication, afin de fluidifier la circulation de l'information entre le nouveau site et les autres composantes géographiques de l'entreprise.

Dimension 4 : L'intensité du recours par les dirigeants à leur réseau de relations personnelles

Cet axe, qui explique 10,22% de la variance totale, est construit autour de l'importance qui est accordée, dans le choix de localisation, aux relations personnelles d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise. Il rassemble en effet tous les facteurs de localisation liés à la préférence des décideurs pour l'implantation dans des aires géographiques où ils disposaient, au préalable, d'un réseau de relations personnelles. Du côté positif de l'axe se trouvent donc des décisions de localisation guidées, ou plutôt contraintes, de manière importante par la configuration spatiale des réseaux sociaux des décideurs.

Bien que les corrélations de ces items avec l'axe soient légèrement moins significatives, on constate que le recours, par les décideurs, à leur réseau de relations personnelles est privilégié lorsque le choix de la nouvelle localisation est motivé par la recherche d'un financement en capital-risque. Cela n'a rien de surprenant si l'on considère que ce type d'investissement en capital s'accompagne en général de la volonté, de la part de l'investisseur, d'acquérir une connaissance intime de l'entreprise dans laquelle il investit et de pouvoir assurer ensuite un suivi étroit de l'utilisation qui est faite des capitaux investis, suivi facilité par la proximité géographique. Dans le prolongement de cette logique, l'association entre les facteurs de localisation liés aux relations personnelles des décideurs et les facteurs d'ordre financier peut s'expliquer par le fait que l'obtention des financements en capital-risque est facilitée par la préexistence de relations personnalisées soutenues de nature à générer la confiance entre les capitaux-risqueurs et les dirigeants des entreprises qu'ils financent.

Dimension 5 : L'importance des logiques de disponibilité immédiate

L'axe 5, qui explique prés de 8% de la variance totale, est construit autour de l'importance accordée, dans le choix de localisation, à la disponibilité immédiate, d'une part de locaux d'activité correspondant aux besoins du nouveau site et, d'autre part, de main d'œuvre qualifiée. Du côté positif de l'axe se trouvent donc groupées des décisions de localisation caractérisées par une pression temporelle relativement forte. De ce fait, l'étendue de la recherche de la nouvelle localisation sera vraisemblablement limitée et le premier lieu d'implantation rencontré satisfaisant aux critères prédéfinis en matière de locaux d'activité et de main d'œuvre qualifiée sera retenu. La recherche de la proximité avec des établissements d'enseignement supérieur, bien qu'elle soit légèrement moins significative, relève d'une logique similaire puisque de tels établissements permettent de disposer localement d'un approvisionnement rapide et régulier en main d'œuvre qualifiée.

Dimension 6 : L'importance de la proximité avec les marchés et les clients de l'entreprise

L'axe 6 explique prés de 7% de la variance totale. Cette dimension est très clairement structurée autour de l'importance qui est accordée par les décideurs, lors du choix de localisation, à la proximité géographique avec les marchés et les clients desservis par l'entreprise.

3.3.3 Mise en relation des résultats de l'Analyse en Composantes Principales sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale avec la littérature

Si de très nombreuses enquêtes ont été réalisées pour connaître les facteurs de localisation utilisés par les entreprises dans le cadre de leurs décisions de localisation, rares sont les auteurs qui ont appliqué la technique de l'Analyse en Composantes Principales aux données collectées. Aydalot (1985) accorde ainsi peu de crédit à cette technique, estimant que les dimensions synthétiques obtenues n'apportent guère d'informations supplémentaires, quand elles ne sont pas purement et simplement artificielles. De fait, les quelques références récentes utilisant cette technique que nous avons pu trouver (Jouvaud, 1996 ; Karakaya et Canel 1998 ; Hodgkinson et alii, 2001) ne se caractérisent guère par la rigueur de leur protocole de recherche. En effet, toutes ces références s'appuient sur des données collectées auprès des entreprises sans aucune référence à une décision de localisation particulière. Les répondants n'étant pas placés en situation de prise de décision, il y a de fortes chances pour que les facteurs de localisation qu'ils mettent en avant dans leurs réponses soient au mieux

convenus et au pire erronés. Dans tous les cas, les réponses faites à ces enquêtes n'ont qu'un rapport très lointain avec les facteurs de localisation qui seraient effectivement utilisés par ces répondants dans le cadre d'une décision réelle de localisation, ne serait-ce qu'en raison de la contingence très forte des logiques de choix de localisation selon les situations de décision.

Dans ces conditions, les possibilités de comparaison des résultats de l'ACP pratiquée, dans le cadre de cette thèse, sur les facteurs de localisation mis en avant par les répondants avec les travaux préexistants se trouvent singulièrement réduites.

De manière générale, les dimensions obtenues traduisent la diversité mais surtout la complexité des logiques de choix de localisation dans l'échantillon étudié.

La diversité de ces logiques est visible dés le tableau 3.79. Le premier axe factoriel extrait par l'ACP sur l'ensemble des facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale concentre une part importante de la variance totale du nuage des observations (plus de 18%). Le reste de la variance totale est toutefois réparti de manière beaucoup plus égale entre les axes suivants. Il serait ainsi nécessaire de retenir les quinze premiers axes pour expliquer 75% de l'information de départ. Toutefois, la part de l'information de départ restituée par les six premières dimensions (prés de 50%) est tout à fait correcte, au regard du nombre important de variables intégrées dans l'ACP. Bien que la diversité des logiques sous-jacentes aux décisions de localisation étudiées soit réelle, les dimensions synthétiques extraites de l'ACP sur les facteurs de localisation permettent donc d'en offrir un résumé empirique tout à fait satisfaisant.

La complexité des logiques de choix de localisation ressort de manière bien plus saillante de l'ACP sur les facteurs de localisation. Si l'élimination progressive des items mal représentés par la solution en six axes et la rotation Varimax aboutissent, *in fine*, à une structure factorielle relativement claire, l'interprétation des dimensions synthétiques extraites n'est en revanche pas une tâche aisée. La plupart d'entre elles apparaissent en effet très composites au point qu'il est difficile de trouver ce que les facteurs de localisation corrélés positivement à un axe donné ont en commun. De fait, dans le cas général, leur seul point commun est d'avoir été conjointement, d'après les déclarations des répondants, des critères de choix déterminants dans certaines des décisions de localisation de l'échantillon alors qu'ils ont joué un rôle négligeable dans d'autres. Les dimensions extraites signalent donc la multiplicité des critères utilisés par les entreprises pour choisir leurs nouvelles localisations. Elles accréditent, par là même, la vision de ces choix de localisation comme le résultat de

compromis entre des exigences multiples et parfois contradictoires (Perreur et Schärlig, 1994).

Quelques-unes des six dimensions extraites s'interprètent toutefois de manière beaucoup plus directe. Ainsi, la dimension 6 met-elle clairement en avant la recherche de la proximité avec les marchés et les clients de l'entreprise. La dimension 2, pour sa part, regroupe des facteurs de localisation se rattachant aux économies d'agglomération et, plus précisément, à l'intérieur de ce concept, aux économies d'urbanisation. Ces économies d'urbanisation sont liées à la concentration de la population et des activités dans les grandes agglomérations. Cette concentration suscite la mise en place d'infrastructures (notamment aéroportuaires) et d'activités tertiaires de haut niveau (établissements d'enseignement supérieur, laboratoires de recherche, sociétés de capital-risque). Les entreprises se trouvant du côté positif de cet axe seraient donc attirées par les aires métropolitaines de plus grande taille et en particulier, en France, par la région parisienne.

La dimension 4 s'interprète également fort simplement. Tous les facteurs de localisation corrélés positivement à cet axe ont en effet trait au recours, par les décideurs, à leurs réseaux sociaux pour guider leur choix de localisation. L'utilisation des réseaux de relations personnelles des décideurs constitue donc une dimension significative (plus de 10% de la variance totale) dans l'explication des choix de localisation de l'échantillon. En ce sens, il s'agit d'un élément de réponse particulièrement intéressant aux questions de recherche posées dans le cadre de cette thèse. A la différence des autres dimensions, cette quatrième dimension ne traduit pas la rationalité économique parfaite des comportements des décideurs. Elle exprime au contraire leur préférence, dans leurs décisions de localisation, pour des aires géographiques sur lesquelles ils disposent, au travers de leurs réseaux de relations personnelles, de connaissances préalables.

Les facteurs de localisation se rattachant aux deux autres modes d'acquisition de connaissances préalables sur certaines aires géographiques, à savoir l'inertie spatiale et l'imitation, n'étaient pas bien représentés dans la solution en six facteurs et ont donc été éliminés. Ils n'apparaissent donc pas dans l'interprétation des six axes factoriels retenus. Imitation et inertie spatiale ne constituent donc pas des dimensions importantes dans l'ensemble des décisions de localisation étudiées. Ces comportements n'en sont pas pour autant négligeables au sein de l'échantillon. En effet, lorsque le critère de Kaiser est utilisé sur l'ensemble des facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale, l'inertie spatiale et l'imitation constituent respectivement la septième et la huitième dimension de la solution à dix facteurs qui est finalement obtenue, après élimination des items mal représentés (voir

Sergot, 2003). En outre, l'imitation et surtout l'inertie spatiale qui caractérisent certaines décisions de localisation n'apparaissent pas nécessairement dans les critères explicites de choix de localisation mis en avant par les répondants. Pour comprendre les motivations de cette inertie spatiale, il est nécessaire de recourir à des mesures plus objectives de ces comportements que le questionnaire est à même de fournir (voir le chapitre précédent). La réalisation d'Analyse de Variances avec tests de comparaisons multiples sur les dimensions extraites de l'ACP (voir également Sergot, 2003) représente une première démarche statistique utilisable en ce sens. Cette approche nous apparaît cependant trop imprécise et parcellaire. Nous préférons donc recourir à l'analyse typologique, technique statistique qui apparaît plus à même d'apporter des réponses signifiantes et complètes en mettant à jour des groupes (ou classes) de décisions de localisation relativement homogènes du point de vue des facteurs de localisation utilisés.

3.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale

3.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de classification ascendante hiérarchique et le choix d'une partition

a. Principes généraux

L'ACP effectuée sur les facteurs de localisation utilisés à l'échelle infra-nationale par les entreprises de l'échantillon confirme les résultats des analyses univariées. Elle démontre en effet la grande diversité dans la nature des facteurs de localisation pris en considération, d'une part, et dans l'importance accordée par les décideurs à chacun d'entre eux, d'autre part. Ces traitements statistiques préalables soulignent tout l'intérêt que présente la réalisation d'une analyse typologique permettant de regrouper les décisions de localisation en classes les plus homogènes possibles du point de vue des logiques qui les ont guidées.

L'analyse typologique a été réalisée à partir des coordonnées des 102 observations sur les six axes retenus à l'issue de l'Analyse en Composantes Principales (ACP) sur les facteurs de localisation utilisés par les décideurs à l'échelle infra-nationale. Ce traitement statistique a été mis en œuvre selon les principes définis dans l'encadré méthodologique 3 (voir chapitre précédent). Les résultats complets de l'analyse sont fournis dans l'annexe 2.2.2..

b. Le choix de la partition en cinq classes

L'identification de la partition à retenir en vue de l'interprétation a soulevé des interrogations plus substantielles que lors de la mise en œuvre de l'analyse typologique sur les acteurs de la décision. Ces interrogations ainsi que la logique qui a présidée au choix final de la partition en cinq classes sont donc présentées de manière plus détaillée dans les paragraphes suivants.

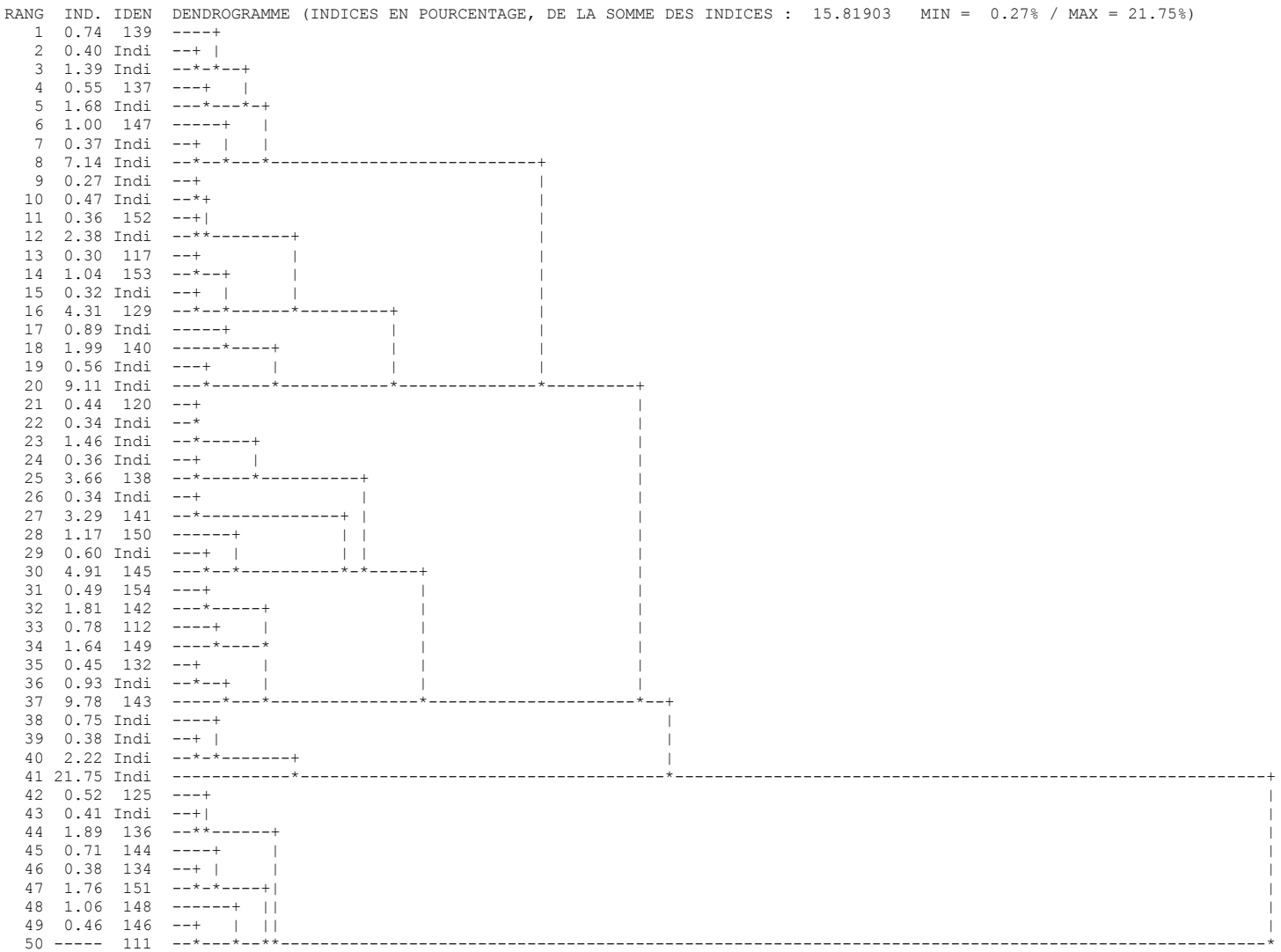
Un premier examen de la partie basse de l'histogramme des indices de niveau révèle la présence de plusieurs sauts significatifs (graphique 3.9). Cette information est confirmée par l'examen des dernières étapes du processus d'agrégation dans le dendrogramme (graphique 3.10).

Graphique 3.9 : Histogramme des indices de niveau des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale

NUM.	AINE	BENJ	EFF.	POIDS	INDICE	HISTOGRAMME DES INDICES DE NIVEAU
154	92	58	2	2.00	0.04224	*
155	74	70	2	2.00	0.04230	*
156	153	117	5	5.00	0.04696	**
157	129	85	3	3.00	0.05127	**
158	102	32	2	2.00	0.05326	**
159	141	15	3	3.00	0.05338	**
160	14	152	4	4.00	0.05670	**
161	138	72	3	3.00	0.05751	**
162	46	77	2	2.00	0.05785	**
163	60	62	2	2.00	0.06011	**
164	151	134	8	8.00	0.06032	**
165	36	88	2	2.00	0.06331	**
166	136	20	4	4.00	0.06504	**
167	158	120	4	4.00	0.07026	**
168	59	132	3	3.00	0.07175	**
169	111	146	9	9.00	0.07250	**
170	160	155	6	6.00	0.07488	**
171	142	154	4	4.00	0.07755	**
172	166	125	6	6.00	0.08230	**
173	56	137	3	3.00	0.08725	***
174	11	37	2	2.00	0.08796	***
175	145	13	3	3.00	0.09526	***
176	164	144	12	12.00	0.11222	***
177	165	139	5	5.00	0.11683	***
178	163	53	3	3.00	0.11794	***
179	149	112	7	7.00	0.12331	***
180	140	4	3	3.00	0.14123	****
181	143	168	7	7.00	0.14668	****
182	162	147	5	5.00	0.15777	****
183	157	156	8	8.00	0.16443	****
184	169	148	15	15.00	0.16716	****
185	175	150	5	5.00	0.18491	*****
186	173	177	8	8.00	0.21991	******
187	161	167	7	7.00	0.23030	******
188	181	179	14	14.00	0.25924	*******
189	182	186	13	13.00	0.26550	*******
190	184	176	27	27.00	0.27843	*******
191	188	171	18	18.00	0.28567	*******
192	190	172	33	33.00	0.29884	*******
193	174	180	5	5.00	0.31527	********
194	69	178	4	4.00	0.35172	*********
195	183	170	14	14.00	0.37651	*********
196	185	159	8	8.00	0.52095	**********
197	196	187	15	15.00	0.57842	**********
198	193	195	19	19.00	0.68247	**********
199	191	197	33	33.00	0.77720	**********
200	198	189	32	32.00	1.12928	**********
201	199	200	65	65.00	1.44066	**********
202	194	201	69	69.00	1.54706	**********
203	192	202	102	102.00	3.44143	**********

SOMME DES INDICES DE NIVEAU = 16.80001

Graphique 3.10 : Dendrogramme des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale



Nous nous sommes alors appuyés sur les informations fournies par le logiciel SPAD qui propose un classement par ordre d'importance des sauts repérés dans une partie préalablement spécifiée de l'histogramme des indices de niveau. Encore faut-il délimiter la partie de l'algorithme de classification sur laquelle seront effectués ces calculs.

Le rapport inertie inter-classes sur inertie totale exprime la qualité de chacune des partitions de la procédure d'agrégation (Tenenhaus, 1996). De manière logique, ce rapport diminue à chacune des itérations de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique. La part de l'inertie inter-classes par rapport à l'inertie totale avant consolidation passe ainsi de 62,46% pour la partition en dix classes à 20,48% pour la partition en deux classes (tableau 3.82). La volonté de restituer la plus grande quantité d'information possible pourrait conduire à sélectionner, à première vue, la partition en neuf classes de l'échantillon des 102 décisions de localisation puisque celle-ci correspond à un saut important. Le choix de cette partition en 9 classes conduirait cependant à une trop grande « atomisation » (Evrard et alii, 2000) de l'échantillon pour que l'interprétation des classes dégagées ait un réel sens. Afin de limiter le morcellement de l'échantillon dans des classes trop petites pour être considérées comme robustes, il a été demandé à SPAD de fournir le classement des sauts les plus importants dans l'histogramme des indices de niveau entre les partitions en 2 classes et en 7 classes.

Tableau 3.82 : Part de l'inertie totale expliquée par les dernières partitions de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique

Partition	Part de l'inertie totale expliquée par la partition[88]
2 classes	20,48%
3 classes	29,69%
4 classes	38,27%
5 classes	44,99%
6 classes	49,62%
7 classes	53,68%
9 classes	60,22%
10 classes	62,46%

Dans cet intervalle, SPAD indique que le saut le plus important se situe entre les partitions en une classe et en deux classes. La stricte application de la règle de choix de la

[88] La part de l'inertie totale expliquée par la partition se calcule en multipliant, pour chacune des partitions, le rapport (Inertie inter-classes/inertie totale) par 100. Les chiffres présentés dans le tableau 3.82 représentent la part de l'inertie totale expliquée avant consolidation des partitions par la méthode de l'agrégation autour des centres mobiles.

partition correspondant au saut le plus important dans l'histogramme des indices de niveau devrait donc conduire à retenir la partition en deux classes. Le tableau 3.82 permet cependant de constater que cette partition en deux classes explique à peine plus de 20% de l'inertie totale. En outre, un examen rapide des caractéristiques des deux classes ainsi dégagées montre le peu d'intérêt que présente cette partition en termes d'interprétation. Elle distingue en effet :

- d'une part, des cas où une majorité de facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale ont reçu une attention supérieure à la moyenne de l'ensemble de l'échantillon (classe 1);
- d'autre part, des cas où une majorité de facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale ont reçu une attention inférieure à la moyenne de l'ensemble de l'échantillon (classe 2);

Le fait qu'aucune modalité d'aucune des variables illustratives nominales utilisées pour décrire les types de décision n'apparaisse comme caractéristique de ces deux classes souligne encore plus le caractère artificiel des regroupements obtenus. Ces constatations conduisent à écarter la partition en deux classes au profit de la partition en cinq classes, qui correspond au deuxième saut le plus important repéré par SPAD dans les sept dernières étapes de la procédure d'agrégation.

c. Description statistique de la partition en cinq classes

L'inertie inter-classes de la partition en cinq classes retenue à l'issue de la procédure de Classification Ascendante Hiérarchique représente prés de 45% de l'inertie totale (tableau 3.82). Ce pourcentage s'élève à 49,10% après consolidation de la partition par la méthode de l'agrégation autour des centres mobiles. La qualité de représentation de cette partition en cinq classes est donc tout à fait satisfaisante, puisqu'elle explique, avec un nombre de classes relativement restreint, prés de la moitié de l'inertie totale.

Ces chiffres indiquent par ailleurs que la procédure de consolidation de la partition a permis une amélioration sensible de l'homogénéité des cinq classes, et ce après seulement quatre itérations, l'accroissement de l'inertie inter-classes devenant négligeable à partir de la cinquième itération. Ce nombre d'itérations relativement faible témoigne de la stabilité de la classification obtenue.

Les classes obtenues après consolidation présentent toutes une homogénéité interne satisfaisante puisque l'inertie intra-classe varie entre 1,05 pour la classe 4, la plus homogène de toutes, et 2,45 pour la classe 3, la classe la plus hétérogène[89].

[89] Pour mémoire, l'inertie totale dans l'échantillon des 102 observations est égale à 16,8.

Comme dans le chapitre précédent, la mise en œuvre de la méthode de Classification Ascendante Hiérarchique selon le critère d'agrégation de Ward a abouti à des déséquilibres importants dans la taille des classes dégagées. Ainsi, deux de ces classes se distinguent nettement des autres, l'une (la classe 5), par sa taille remarquablement grande (n=37 après consolidation), l'autre (la classe 4) par sa taille particulièrement faible (n=7 après consolidation). L'interprétation de ces deux classes devra donc s'effectuer avec précautions, surtout en ce qui concerne la classe 4, sa faible taille la rendant particulièrement sensible à la présence d'éventuelles observations atypiques. La prudence s'impose d'autant plus dans l'interprétation de la classe 4 qu'il s'agit de la classe qui a subi les modifications les plus conséquentes lors de la procédure de consolidation de la partition. Cette procédure s'est en effet soldée par un accroissement de son effectif de 4 à 7 observations alors que son inertie interne doublait, passant de 0,53 à 1,05.

3.4.2 L'interprétation de la typologie en cinq classes

a. Présentation d'ensemble

SPAD ne permet pas la réalisation d'une rotation des axes issus de l'ACP avant la mise en œuvre de la classification (voir l'encadré méthodologique 3). La caractérisation des cinq classes dégagées par l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique a donc été réalisée en revenant aux variables initiales. L'ensemble des facteurs de localisation initialement proposés aux répondants dans le questionnaire a été utilisé pour interpréter les classes, y compris ceux qui ont été éliminés lors de la réalisation de l'ACP préalable. Ces derniers ont été considérés comme des variables illustratives lors de la mise en œuvre de la procédure de classification sous SPAD. Le tableau 3.83 récapitule les facteurs de localisation les plus caractéristiques des cinq classes de décisions de localisation identifiées par le logiciel SPAD.

Le profil moyen de chacune de ces cinq classes est présenté de manière plus détaillée dans les sections suivantes. Cette présentation intègre à la fois les facteurs de localisation utilisés par les décideurs à l'échelle infra-nationale ainsi que les caractéristiques des entreprises répondantes, des décisions de localisation étudiées et des nouveaux sites concernés. Les variables, actives et passives, les plus caractéristiques de chacune des cinq classes sont synthétisées dans un tableau récapitulatif.

Toutefois, avant de passer à l'interprétation individuelle des cinq classes, un commentaire d'ensemble s'impose à la lecture du tableau 3.83. Celle-ci révèle en effet que les décisions regroupées dans chacune de ces cinq classes ne sont pas motivées par un unique facteur de localisation dominant, ni même par un ensemble homogène de facteurs de localisation se rattachant à un même thème.

Au contraire, les classes dégagées par l'analyse typologique correspondent à des logiques profondément composites puisque chacune d'entre elles est caractérisée par de nombreux facteurs de localisation de natures très diverses. L'interprétation de ces classes, proposée ci-après, devra donc s'attacher en premier lieu à comprendre la manière dont les différents critères qui les caractérisent se sont combinés au cours du processus de prise de décision pour aboutir au choix final. Les différents critères caractéristiques d'une classe donnée peuvent ainsi intervenir de manière complémentaire dans les choix de localisation qu'elle regroupe, par exemple lorsque leur champ spatial d'action est de dimension différente (Aydalot, 1985). Leur articulation ne pose alors guère de difficultés aux décideurs. En revanche, des conflits, voire des contradictions, peuvent apparaître parmi les critères de choix utilisés, conduisant alors les entreprises à procéder à des arbitrages en établissant un ordre de priorité au sein de cet ensemble ou bien en optant pour une solution de compromis.

Tableau 3.83 : Les facteurs de localisation à l'échelle nationale les plus caractéristiques des cinq classes de décisions de localisation

Facteurs de localisation	Classe 1 (n=14)	Classe 2 (n=18)	Classe 3 (n=26)	Classe 4 (n=7)	Classe 5 (n=37)	**Moyenne globale**
Infrastructures de transport et de télécommunication						
Proximité d'un aéroport à desserte nationale	2,36			3,14	0,46	**1,20**
Proximité d'un aéroport international	3,07			3,14	0,14	**1,18**
Proximité d'infrastructures ferroviaires	3,5				0,46	**1,08**
Proximité d'un port maritime et/ou fluvial						**0,28**
Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales	4,14	3,89			1,86	**3,1**
Accessibilité du site en transports en commun	2,64		0,88			**1,52**
Qualité des infrastructures locales de télécommunication	3,29	3,11		3,29	0,7	**1,81**
Marchés des biens et services						
Proximité des sources de matières premières agricoles et/ou minérales.					0	**0,4**
Proximité des fournisseurs ou des sous-traitants						**1,28**
Présence locale d'activités de services aux entreprises		1,89		3,14	0,46	**1,17**
Proximité des marchés desservis par l'entreprise		3,39				**2,22**
Proximité de clients importants	1,43	3,83	1,81			**2,75**
Marché du travail local						
Main d'œuvre peu ou pas qualifiée			2,04		0,14	**1,06**
Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail				3,57	0,65	**1,88**
Main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée				3,14	0,46	**1,33**
Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur	2,57			2,71	0,27	**0,89**
Coût de la main d'œuvre locale	2,29		2,62	2,71	0,16	**1,4**
Marchés financiers						
Présence locale d'un centre de décision bancaire				2,71	0	**0,52**
Financement en capital par une société de développement régional				2,43		**0,22**
Relations internes à l'entreprise et connaissance préalable de l'environnement local						
Proximité du siège social						**1,4**
Proximité d'autres sites de l'entreprise ou du même groupe						**1,22**
Présence locale d'entreprises concurrentes		2,39			0,08	**0,63**

Facteurs de localisation	Classe 1 (n=14)	Classe 2 (n=18)	Classe 3 (n=26)	Classe 4 (n=7)	Classe 5 (n=37)	**Moyenne globale**
Présence locale d'autres sites similaires		1,94				**0,82**
Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise		2,94			0,35	**1,43**
Réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise		3,17		3,57	0,24	**1,2**
Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux	0,07	1,61		2		**0,81**
Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux		1,33		2		**0,73**
Facteurs institutionnels locaux						
Qualité du contact avec les collectivités locales			3,15	3,57	0,51	**1,81**
Niveau des impôts locaux			3,15	4	0,57	**1,74**
Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics			2,81	4,43	0,11	**1,43**
Implantation dans une zone franche						**0,25**
Proximité de laboratoires de recherche	1,14			3	0,03	**0,44**
Qualité de vie des salariés du site						
Qualité du cadre de vie pour les salariés	2,86	2,78			0,81	**1,52**
Volonté de réduire les temps de trajet domicile/travail des salariés du site		3,89			1,35	**2,2**
Opportunités locales d'emploi pour les conjoint(e)s des salariés		1,83			0,14	**0,75**
Proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs	1,64	1,44			0,19	**0,79**
Agrément du paysage et du climat	2,64	2,39			0,57	**1,43**
Facteurs liés aux locaux d'activité						
Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site			3,81		0,38	**1,66**
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité adaptés aux besoins du site		4,06				**2,71**
Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement	4,07		1,27			**2,79**
Terrains ou locaux d'activité mis à disposition par un partenaire commercial de l'entreprise						**0,60**
Coûts immobiliers			3,5	4,14	1,7	**2,7**
Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie		2,44				**1,25**

Note : Afin de simplifier la lecture du tableau, seules les valeurs moyennes des variables initiales dans les classes présentant un écart statistiquement significatif à 5% avec la moyenne globale et, à ce titre, les plus significatives de chaque classe (voir encadré méthodologique 2) ont été représentées. Les nombres figurés en caractères normaux représentent les valeurs moyennes significativement supérieures à la moyenne globale (valeurs-tests supérieures à 2). Les nombres figurés sur fond gris représentent les valeurs moyennes significativement inférieures à la moyenne globale (valeurs-tests inférieures à 2).

b. Interprétation des cinq classes dégagées

Classe 1

La première classe issue de la typologie regroupe 14 décisions de localisation. Elle se distingue des autres classes sur de nombreux facteurs de localisation. Les décisions de localisation qui la composent répondent donc à des motivations multiples. De la multiplicité de critères caractéristiques de la classe 1, quelques traits dominants émergent qui permettent d'identifier en son sein une logique d'ensemble de choix de localisation.

Attraction de la main d'œuvre qualifiée et qualité du cadre de vie

La volonté d'attirer ou de retenir (dans le cas des opérations de transferts) la main d'œuvre qualifiée nécessaire au nouveau site constitue la préoccupation dominante des décideurs de cette classe. Cette préoccupation est d'autant plus pressante que les besoins en main d'œuvre qualifiée des nouveaux sites de la classe 1 sont importants. En effet, la moitié d'entre eux comptent, après plus d'un an d'activité, plus de 50% d'ingénieurs et de cadres dans leur effectif. A l'inverse, l'effectif de l'autre moitié des nouveaux sites de la classe comprend, à la même date, moins de 25% d'ingénieurs et de cadres. Cela ne signifie pas pour autant que les critères se rapportant au recrutement ou à la conservation de personnel qualifié jouent un rôle moins important dans le choix de leur lieu d'implantation. Deux pistes explicatives peuvent être mobilisées afin de réduire ce paradoxe apparent.

En premier lieu, le pourcentage d'ingénieurs et de cadres qu'il comprend ne rend que très imparfaitement compte du niveau de qualification moyen de l'effectif du nouveau site. Le statut d'ingénieur ou de cadre est en effet principalement lié aux diplômes détenus. Or, la notion de qualification recouvre également les savoir-faire que les salariés ont pu acquérir tout au long de leur parcours professionnel, avant ou après leur entrée dans l'entreprise. Les activités accueillies par certains des nouveaux sites de la classe 1 peuvent donc nécessiter l'emploi de salariés ne disposant pas d'un niveau particulièrement élevé de formation initiale, mais plutôt de savoir-faire très spécifiques. Ainsi, une des décisions de cette classe est le fait d'une entreprise qui s'est spécialisée dans la reproduction à l'identique de meubles anciens, activité ne requérant pas nécessairement des salariés très diplômés mais assurément une main d'œuvre possédant un tour de main et une expérience importante.

D'autre part, même lorsque le nouveau site accueille un très faible pourcentage de salariés qualifiés, il est plus délicat de recruter, ou de remplacer en cas de départ, un salarié disposant d'un niveau élevé de qualification qu'un salarié peu ou pas qualifié. C'est

particulièrement vrai lorsque l'entreprise envisage d'implanter son nouveau site dans une région ou un pays où le niveau moyen de qualification de la main d'œuvre est relativement faible. L'accès à une main d'œuvre disposant des qualifications requises constitue alors un facteur de localisation bien plus discriminant que l'accès à une main d'œuvre peu ou pas qualifiée. Il peut en particulier conduire les entreprises à privilégier, à l'intérieur d'un territoire national donné, les agglomérations urbaines les plus grandes, dans lesquelles le marché du travail spécialisé pour les qualifications recherchées est le plus actif.

La prédominance des logiques de recrutement ou de conservation du personnel qualifié dans la classe 1 n'apparaît cependant pas nécessairement au premier abord puisque les critères de choix tenant à l'existence d'un réservoir de main d'œuvre qualifiée à l'échelle locale (« main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée » et « main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail ») ne reçoivent pas de note significativement plus élevée dans cette classe que dans l'ensemble de l'échantillon. Cette non-significativité s'explique par le fait que nombre des décisions de localisation de cette classe consistent en des opérations de transferts d'activités sur un nouveau site à partir d'un ou de plusieurs sites existants de la même entreprise implantés dans la même commune ou agglomération urbaine. En outre, ces opérations ne se traduisent pas par une augmentation sensible de l'effectif salarié de l'entreprise. Dans ces cas, la conservation des salariés en place représente une motivation bien plus déterminante dans le choix de la nouvelle localisation que la capacité à recruter localement du personnel qualifié. Le rôle central joué dans ces décisions par les facteurs de localisation tenant à la qualité de vie des salariés du site (« qualité du cadre de vie pour les salariés » , « agrément du paysage et du climat », « proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs », « accessibilité du site en transports en commun ») découle en grande partie de cette volonté de retenir le personnel qualifié lors d'opérations de transferts d'activités vers un nouveau site. Toutefois, ces facteurs de localisation jouent également un rôle central dans les décisions de localisation de la classe conduisant les entreprises à procéder à un recrutement local. L'accessibilité en transports en commun des nouveaux sites implantés en milieu urbain est ainsi destinée, non seulement à assurer le maintien dans l'entreprise du personnel actuellement employé mais aussi à faciliter l'embauche future de personnel qualifié.

Néanmoins, l'attention accordée par les décideurs de cette classe aux critères de qualité du cadre de vie ne traduit pas nécessairement leur préoccupation pour le bien-être des salariés, actuels ou futurs, de leur entreprise concernés par la décision. En effet, même si cette

variable illustrative n'a pas de significativité statistique, il est important de signaler que 5 des décisions de la classe 1 concernent des sièges sociaux. Dans ces cas, les convenances personnelles des dirigeants d'entreprises expliquent probablement une part substantielle de l'attention accordée aux critères de qualité de vie dans leurs choix de localisation. De manière fort compréhensible, un PDG préférera que la nouvelle localisation du siège social de son entreprise ne soit pas trop éloignée de son lieu de résidence personnel, ou du moins lui demeure aisément accessible, de manière à limiter ses propres temps de trajet domicile/travail.

Le décideur ultime est susceptible de peser d'un poids d'autant plus fort dans les décisions de cette classe qu'elles sont motivées par des facteurs aussi subjectifs que l'« agrément du paysage et du climat » et, de manière plus générale, la « qualité du cadre de vie » offert aux salariés ou futurs salariés de l'entreprise par le lieu d'implantation choisi. Or, les décideurs ne sont pas nécessairement très au fait de ce que les salariés concernés attendent réellement de la nouvelle localisation, en particulier s'ils n'ont pas été tous consultés directement[90] (Malecki et Bradbury, 1992). Dans ces conditions, la perception, par le décideur final, de la qualité du cadre de vie proposée par la région d'accueil du nouveau site découle en grande partie du jugement d'ensemble qu'il porte, à titre personnel, sur la région choisie. Ce jugement, nécessairement empreint de subjectivité, est le résultat de multiples influences, au premier rang desquelles figurent son propre parcours personnel et professionnel (au sens géographique du terme, Hayter, 1997) ainsi que l'image que les médias renvoient de la région[91].

La subjectivité des décideurs est d'autant plus susceptible de peser sur les choix de localisation de la classe 1 que, de tous les facteurs liés à la qualité de vie, le plus caractéristique de cette classe est celui qui avait été proposé aux répondants dans la partie 6 du questionnaire sous la forme de la proposition suivante :

« Mon entreprise a choisi ce lieu d'implantation en raison de la qualité du cadre de vie qu'il offre à ses salariés. », formulation synthétisée dans le tableau récapitulatif sous l'appellation « qualité du cadre de vie pour les salariés »

[90] A cet égard, le croisement entre l'appartenance des observations aux classes de la typologie sur les facteurs de localisation et le rôle des différents acteurs dans la prise de décision, dont les résultats seront présentés ultérieurement dans la section 3.5, est potentiellement très riche en enseignements. Ce croisement permettra en effet de mieux comprendre la manière dont se forme, au sein de cette classe, les jugements sur l'agrément du paysage et du climat et la qualité du cadre de vie de la localisation choisie.

[91] Le classement des régions ou des villes où il fait « bon vivre » constitue ainsi un sujet récurrent dans la presse magazine française.

Ce résultat souligne la pertinence de l'insertion simultanée, dans le questionnaire, de cette proposition et, dans la partie 4, des facteurs de localisation plus détaillés tenant à la qualité de vie des salariés du site. Il souligne en effet toute la complexité et l'ambiguïté de la notion de qualité du cadre de vie. Cette notion comprend manifestement, pour les répondants de la classe, de multiples facettes que les facteurs de localisation plus précis de la partie 4 n'ont pas été en mesure de toutes capturer (pour des exemples, voir Malecki et Bradbury, 1992, et Love et Crompton, 1999)

Un des répondants de cette classe, ayant accordé la note maximale au facteur « qualité du cadre de vie pour les salariés », fait ainsi remarquer que sa décision a été motivée, d'une part par l'existence, dans la zone géographique choisie, d'un bassin d'emploi très actif pour les ingénieurs et, d'autre part, par le niveau relativement modeste du coût local de la vie pour les employés actuels et futurs de son entreprise. Or, les facteurs de localisation regroupés sous l'intitulé « qualité de vie des salariés du site » dans la partie 4 du questionnaire ne permettent pas, de par leur formulation, de rendre pleinement compte de ces deux considérations.

Au sein de la classe 1, la recherche d'une proximité géographique avec des établissements d'enseignement supérieur (universités, écoles d'ingénieurs, écoles de commerce) n'est pas destinée en priorité à faciliter l'accès de l'entreprise aux connaissances techniques produites par les laboratoires de recherche qu'abritent ces institutions, même si cette motivation n'est pas totalement absente. Il s'agit avant tout d'accéder au réservoir de main d'œuvre qualifiée et relativement bon marché que constituent les jeunes diplômés de ces établissements. Dans cette perspective, la proximité géographique facilite notamment la réalisation de stages permettant d'évaluer ces jeunes diplômés et de compléter leur formation en vue d'une embauche future.

La caractéristique première des établissements d'enseignement supérieur est de produire un flux continu de diplômés disposant d'un niveau élevé de formation initiale. L'implantation à proximité de telles institutions constitue donc la garantie, pour les entreprises, de pouvoir recruter localement du personnel disposant des qualifications requises non seulement au moment de l'ouverture du nouveau site, mais aussi ultérieurement, afin de faire face aux développements futurs de son activité.

De manière synthétique, le rôle central de la main d'œuvre dans les décisions de cette classe transparaît dans la volonté de disposer, dés l'entrée en activité du nouveau site, de la main d'œuvre qualifiée nécessaire aux activités qu'il accueille. Il se traduit aussi et surtout par

le souci des décideurs de faciliter, par leur choix de localisation, les efforts de recrutement futurs, qu'ils soient destinés à accompagner la croissance de l'activité du site ou à renouveler le personnel en place. Il s'agit à la fois de faciliter le recrutement local, notamment grâce à la proximité d'établissements d'enseignement supérieur, mais aussi d'attirer de la main d'œuvre qualifiée extérieure à la région choisie, attirée par la qualité du cadre de vie qu'elle offre. Cette projection des décideurs dans l'avenir au moment de la prise de décision est un trait particulièrement caractéristique de cette première classe. Elle traduit le caractère d'engagement à long terme que revêtent les décisions de localisation qu'elle contient. La dépendance des nouveaux sites par rapport à la main d'œuvre disposant des qualifications requises constitue en effet une contrainte importante sur la marge de manœuvre de l'entreprise en matière de choix de localisation. Une fois ce choix effectué, il sera difficile de le modifier de manière radicale.

La substitution d'une logique d'accessibilité à une logique de proximité géographique

La primauté, dans les décisions de la classe 1, des logiques d'attraction et de rétention de la main d'œuvre qualifiée est rendue possible par la relative faiblesse des exigences de proximité géographique avec les autres composantes géographiques de l'entreprise (pour les entreprises multi-sites) et surtout, en externe, avec les clients de l'entreprise. Cela permet de substituer, dans ces choix de localisation, une logique d'accessibilité à une stricte logique de proximité physique. L'application de cette logique d'accessibilité nécessite d'implanter le nouveau site en un lieu suffisamment bien desservi pour permettre une bonne fluidité dans la circulation du personnel de l'entreprise, ainsi que des informations entre le nouveau site et les autres sites de l'entreprise, d'une part, et entre le nouveau site et les partenaires commerciaux de l'entreprise, d'autre part. La proximité géographique avec des infrastructures de transport de personnes (gare, aéroport, réseau routier et/ou autoroutier) et la qualité des infrastructures locales de télécommunication constituent de ce fait des critères essentiels dans le choix de localisation de cette classe.

Les progrès récents des technologies de l'information et de la communication semblent avoir dotés les décideurs de cette classe d'une liberté accrue en matière de choix de localisation. En les affranchissant un peu plus encore des contraintes de contiguïté physique avec la clientèle, ces progrès leurs ont permis d'axer leurs logiques de choix sur l'obtention de la ressource la plus critique pour les activités concernées par la décision, à savoir la main d'œuvre qualifiée. Il leur a ainsi été possible de créer de nouvelles implantations ou de conserver leurs implantations existantes (pour les opérations de transferts à l'échelle locale)

dans les aires géographiques leur offrant les conditions les plus propices à l'obtention (ou à la conservation) de cette ressource.

La recherche de locaux d'activité disponibles rapidement

L'existence de locaux d'activité ou de bâtiments adaptés aux besoins du nouveau site et disponibles rapidement constitue une contrainte importante sur les choix de localisation de la classe 1. Cette contrainte est d'autant plus forte que, dans la majorité des cas, l'aire géographique à laquelle est réalisée la recherche de la nouvelle localisation est de taille très réduite (inférieure à une région française dans 11 cas sur 14, et même limitée à une commune ou une agglomération urbaine dans 7 cas). Or, plus l'échelle géographique de la recherche est limitée, plus le stock de locaux d'activité correspondant aux attentes de l'entreprise et disponibles de suite se réduit.

L'importance accordée à ce facteur de localisation signale le poids des pressions temporelles pesant sur les décisions de localisation de cette classe. Certains indices laissent à penser que ces pressions temporelles sont plus imposées que choisies par les directions des entreprises concernées. Elles sont en particulier dues, dans les opérations de transferts d'activités avec fermeture ou cession des sites d'origine (7 cas sur 14), à l'obligation de libérer les locaux qu'occupaient précédemment les activités transférées (en raison, par exemple, de la fin de baux commerciaux). Ces pressions au départ (ou facteurs d'expulsion) peuvent être, dans certains cas, à l'origine même de la décision de recherche d'une nouvelle localisation, les considérations de qualité de vie des salariés concernés, telles que l'accessibilité du nouveau site en transports en commun, représentant alors le facteur limitatif premier de l'aire de recherche du nouveau lieu d'implantation.

Les facteurs tenant aux locaux d'activité apparaissent toutefois secondaires par rapport à ceux liés à la main d'œuvre qualifiée. Les processus de prise de décision de la classe 1 peuvent donc être décomposés en deux phases successives :

- Dans un premier temps, les entreprises ont procédé au choix, plus ou moins explicite, de l'aire géographique leur offrant les conditions les plus propices, à leur sens, à l'obtention (ou à la conservation) de la main d'œuvre qualifiée requise par le nouveau site ;
- Dans un deuxième temps, il leur a fallu trouver, au sein de cette aire géographique restreinte, des locaux d'activité ou des bâtiments permettant d'accueillir dans les délais les plus brefs le personnel transféré ou les nouveaux salariés dont le recrutement avait déjà commencé.

L'absence de comportements de préférence explicite pour des aires géographiques connues

Les choix de localisation de cette première classe ne paraissent pas affectés de manière significative par la préférence des entreprises pour des aires géographiques connues. Au contraire, la configuration spatiale des réseaux de relations personnelles des décideurs n'y joue strictement aucun rôle. Pourtant, dans 6 cas sur 14, le nouveau site a été implanté dans une région où l'entreprise concernée ne disposait d'aucune présence préalable. Ce type de situation aurait pu conduire les décideurs à recourir à l'imitation ou à utiliser leurs réseaux sociaux pour guider leurs choix. Or, il n'en est rien.

L'absence de comportements de ce type peut s'expliquer par l'importance du rôle que jouent les infrastructures de transport et de télécommunication dans les décisions de cette classe. Il s'agit en effet de caractéristiques locales faciles à évaluer *a priori* pour un décideur, par exemple en se rendant lui-même au lieu d'implantation envisagé (Barkley et McNamara, 1994).

Elle peut également s'expliquer par le fait que la volonté de retenir les salariés actuels de l'entreprise, en particulier dans le cadre de transferts d'activités, joue un rôle plus important dans les décisions de localisation de cette classe que la nécessité de recruter de nouveaux salariés. L'entreprise a donc plus besoin, pour guider son choix, de connaître la réaction des salariés en place à la décision de localisation que d'obtenir une connaissance approfondie des caractéristiques du marché local du travail qualifié du lieu d'implantation choisi.

Elle peut enfin s'expliquer par l'existence de biais dans les réponses. Les répondants de cette classe, en raison de caractéristiques personnelles particulières, telles que leur formation d'origine (que le questionnaire ne permet malheureusement pas de connaître), peuvent en effet avoir répugné à signaler leur recours à l'imitation ou à leurs réseaux sociaux car ces critères de choix n'entrent guère dans la représentation qu'ils se font d'une décision managériale rationnelle. Dans cette perspective, les notes élevées accordées aux critères de qualité de vie des salariés pourraient masquer la préférence de ces décideurs pour des aires géographiques qu'ils connaissaient déjà au préalable.

Il n'en demeure pas moins que les décideurs de cette classe sont particulièrement susceptibles de choisir des lieux d'implantation géographiquement proches de ceux choisis par d'autres entreprises exerçant des activités similaires à la leur. L'ampleur de ces phénomènes d'isomorphisme institutionnel (Di Maggio et Powell, 1983) est toutefois difficile à évaluer à partir de la seule lecture du tableau 3.84. En effet, ils ne découlent pas d'une

volonté explicite des décideurs de s'assurer *a priori*, par l'imitation des choix de localisation d'autres entreprises, de la viabilité d'une aire géographique donnée pour les activités de leur entreprise. Ces phénomènes, dont la présence ne peut être, à partir des résultats de l'enquête, que supposée, constitueraient plutôt la conséquence indirecte de l'attention particulière portée par les décideurs de cette classe à la main d'œuvre hautement qualifiée. Cette dernière dispose en effet d'une mobilité géographique supérieure à la moyenne des salariés. Elle exhibe en outre des préférences géographiques marquées et particulièrement sélectives. Ces préférences reflètent à la fois la volonté d'individus disposant d'un bon niveau de qualification de faciliter leur recherche d'un emploi satisfaisant tout en vivant au quotidien dans un environnement à leur convenance. Elles ne sont de ce fait pas exemptes d'effets de mode[92] qui ont pu bénéficier par le passé à des villes comme Grenoble ou Toulouse ou, plus récemment, à la région nantaise. Ces préférences spatiales constituent un moteur particulièrement puissant des phénomènes cumulatifs d'agglomération spatiale[93]. En effet, si la main d'œuvre qualifiée va là où se trouve l'emploi, les entreprises qui en ont le plus besoin, en particulier lorsqu'elles sont de taille modeste, tendent également, par la suite, à s'implanter là où réside déjà cette main d'œuvre qualifiée, se conformant par là même aux choix de localisation des autres entreprises ayant des besoins en main d'œuvre similaires aux leurs. Ce processus d'homogénéisation des choix de localisation est particulièrement susceptible d'apparaître dans les premiers temps suivant la création d'une entreprise ou lorsque celle-ci procède à des développements importants de son activité. Par la suite, l'expérience et les savoir-faire particuliers acquis dans l'entreprise par la main d'œuvre qualifiée embauchée localement sont de nature à rigidifier son organisation géographique. Il lui devient alors difficile de procéder à des ajustements importants par rapport à ses choix de localisation initiaux au risque de devoir se séparer d'une part substantielle de son personnel qualifié. La volonté de conserver les salariés en place est donc à l'origine d'une tendance à l'inertie spatiale particulièrement prononcée des entreprises de cette classe.

[92] Ces derniers sont en particulier véhiculés, en France, par la presse économique et généraliste qui publie régulièrement des classements des villes françaises où il fait « bon vivre » pour les cadres.
[93] Ce qu'ont très bien traduit, dans leurs modèles théoriques, des auteurs comme Arthur (1990) ou Krugmann (1991a).

Tableau 3.84 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 1 (n=14)[94]

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation	Proximité d'infrastructures ferroviaires Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur Proximité d'un aéroport international Qualité du cadre de vie pour les salariés Qualité des infrastructures locales de télécommunication Agrément du paysage et du climat Proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs Proximité d'un aéroport à desserte nationale Proximité de laboratoires de recherche Accessibilité du site en transports en commun Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales Coût de la main d'œuvre locale	Proximité de clients importants Réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise
Autres variables illustratives métriques	« Les technologies de la communication et de l'information (Internet, Intranet, visioconférence…) qu'elle utilise ont donné à mon entreprise plus de liberté en matière de choix de localisation. »	
Modalités des variables illustratives nominales	50% et plus d'ingénieurs et de cadres dans l'effectif du nouveau site (7 cas)	

[94] A l'intérieur de chacune des catégories du tableau, les variables sont présentées par ordre de valeur-test décroissante en valeur absolue. Cela revient à dire, par exemple, que le facteur de localisation proposé en premier est le plus caractéristique de la classe 1, en négatif ou en positif, c'est-à-dire celui en fonction duquel les décisions de la classe 1 se distinguent le plus fortement de l'échantillon dans son ensemble. Le facteur de localisation proposé en deuxième est le deuxième plus caractéristique de la classe 1, et ainsi de suite tant qu'il existe un écart statistiquement significatif à 5% entre la moyenne globale (ou la proportion globale pour les modalités des variables nominales) et la moyenne (ou la proportion de la modalité) dans la classe.

Classe 2

La deuxième classe compte 18 observations. Cette classe est relativement proche de la classe 1. En effet, lors de l'étape suivante de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique (partition en quatre classes), ce sont ces deux premières classes qui sont agrégées en une classe unique. La caractérisation de la classe 2 a donc été réalisée, non seulement en s'appuyant sur les variables, actives et illustratives, qui la distinguent le plus de l'ensemble de l'échantillon (voir le tableau 3.85), mais également sur la comparaison de ses caractéristiques avec celles de la classe 1. Cette comparaison permet de faire ressortir plusieurs traits saillants qui contribuent à dresser un portrait détaillé quoique schématique de la décision type de la classe 2.

L'importance des logiques de proximité géographique avec les marchés et les principaux clients de l'entreprise

A l'inverse de la classe 1, les décisions de la classe 2 sont caractérisées par une forte exigence de proximité géographique avec les marchés desservis par l'entreprise et avec ses principaux clients. Si ces deux facteurs de localisation n'apparaissent pas comme les plus caractéristiques de la classe dans le tableau 3.85, ils présentent par contre des notes moyennes très élevées (respectivement 3,39 et 3,83). De fait, la majorité de ces décisions de localisation (10 sur 18) concernent des sites de services destinés à desservir une clientèle locale.

Ces dix décisions s'insèrent dans une stratégie d'ensemble des entreprises concernées visant à assurer une couverture, et par là même un taux de service, satisfaisant sur l'ensemble du territoire français. Elles participent de cette stratégie d'ensemble, soit en complétant un réseau de sites de services par l'ajout d'une nouvelle implantation, soit en ajustant le réseau existant au moyen d'une opération de transfert d'activités de services vers un nouveau site implanté à proximité de l'ancien.

Il convient de préciser que les sites de services industriels (7 cas) accueillent généralement des activités commerciales combinées à des activités de logistique/stockage et, souvent, à des activités de service après-vente. Dans les secteurs de production de biens d'équipement, ils comportent également des activités d'études et d'installation des produits de l'entreprise. Les sites de services des entreprises du secteur de réalisation de logiciels (3 cas) accueillent pour leur part des activités commerciales souvent associées à des activités de configuration des produits logiciels en fonction des besoins spécifiques des clients professionnels locaux et, parfois, à des activités de services aux entreprises de type SSII.

L'exercice de ces différentes activités nécessite de nombreuses interactions entre le personnel du site et les clients locaux, actuels ou potentiels, de l'entreprise, soit sous la forme de face-à-face physiques, soit sous la forme d'échanges d'informations. C'est ce qui explique l'attention toute particulière portée, dans les choix de localisation de cette classe, à la qualité de la desserte routière et autoroutière du nouveau site et au niveau de qualité des infrastructures locales de télécommunication.

Cette analyse s'applique cependant avant tout aux dix décisions de la classe 2 qui concernent des sites de services. Une réelle césure apparaît donc sur ce thème au sein de la classe, ce qui explique que les facteurs de localisation liés aux marchés locaux n'en sont pas les plus caractéristiques. Les choix de localisation des autres entreprises et les réseaux sociaux des décideurs constituent des critères de choix bien plus caractéristiques de cette classe car ils sont utilisés dans l'ensemble des processus de prise de décision qui la composent, qu'il s'agisse de décider de l'implantation d'un nouveau site de services ou non.

Imitation et utilisation par les décideurs de leurs réseaux sociaux

Alors que de tels comportements pouvaient *a priori* être attendus de la part des décideurs de la classe 1, cette dernière se caractérise plutôt par le rôle remarquablement faible qu'y tiennent l'imitation et l'utilisation, pour guider le choix de localisation, des réseaux de relations personnelles des dirigeants d'entreprises. A l'inverse, ces critères de choix comptent parmi les plus caractéristiques de la classe 2 (tableau 3.85). Ils obtiennent en outre des notes moyennes particulièrement élevées au sein de cette classe (voir le tableau 3.83 ci-dessus), ces notes moyennes étant même supérieures à 2,5 pour deux d'entre eux (« réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise » et « origine locale d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise »).

Il serait facile d'en conclure que les décisions de cette classe sont marquées par une préférence très forte des décideurs pour les aires géographiques connues. Toutefois, l'importance remarquablement grande accordée aux facteurs de localisation se rapportant à l'imitation et aux réseaux sociaux des décideurs est l'expression de logiques bien plus complexes qu'il n'y paraît au premier abord. Pour mettre à jour ces logiques, il convient encore une fois de distinguer, au sein de la classe 2, les décisions concernant des sites de services des autres décisions.

Les comportements d'imitation (signalés par les notes élevées des items « présence locale d'entreprises concurrentes » et « présence locale d'autres sites similaires ») sont

beaucoup plus marqués dans les premières nommées. Lorsque les décisions de localisation correspondent, pour les entreprises, à une entrée sur un nouveau marché local[95], l'observation des entreprises concurrentes relève en grande partie de la veille concurrentielle. L'imitation de leurs choix de localisation découle de la volonté d'empêcher ces concurrents de capter l'intégralité de la demande locale grâce à leur seule implantation à proximité. Néanmoins, l'imitation des entreprises concurrentes intervient également dans des décisions d'ajustements de localisation au sein d'un réseau d'implantations commerciales existantes. Dans ce cas, les comportements mimétiques repérés peuvent traduire la volonté d'une entreprise de ne pas abandonner un marché local à la concurrence, ce qui la conduit à procéder au transfert des activités de services sur des distances très réduites afin de ne pas trop affecter sa desserte du marché local. A cette petite échelle, le fait d'implanter un site de services à proximité d'autres sites de nature similaire permet de profiter des économies d'agglomération associées à ce choix. En effet, comme pour les activités de services aux particuliers, ce choix de localisation facilite, pour les clients potentiels, la recherche d'informations nécessaires à la prise de leurs décisions d'achat (qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises) et donc la comparaison des offres (Baum et Haveman, 1997). Un tel choix est également de nature à accroître la visibilité et donc la notoriété locale de l'entreprise, surtout lorsqu'elle choisit de s'implanter à proximité de sites appartenant à l'entreprise leader sur son marché. L'importance du critère de prestige ou de visibilité de la localisation choisie dans cette classe démontre la pertinence de cette dernière interprétation.

Dans le même temps, les comportements mimétiques caractérisant les décisions de cette classe sont en partie destinés à réduire l'incertitude associée à la décision de localisation. En témoignent les notes importantes accordées au facteur « présence locale d'autres sites similaires » dont la formulation dans le questionnaire était sans ambiguïté[96]. Imiter les choix de localisation, par d'autres entreprises (qu'elles soient concurrentes ou non), de sites similaires permet donc aux décideurs de cette classe de s'assurer *a priori* de la viabilité des activités qu'ils souhaitent implanter dans la localisation choisie. De ce point de vue, dans le cadre d'entrées sur de nouveaux marchés, la présence d'entreprises concurrentes dans une aire géographique donnée indique l'importance de la demande locale pour le type de produit offert

[95] C'est-à-dire lorsque le nouveau site est localisé dans une région où l'entreprise ne disposait d'aucune implantation préalable.

[96] Pour mémoire, dans le questionnaire, ce critère de choix était présenté sous la forme de la proposition suivante : « Mon entreprise a choisi ce lieu d'implantation parce que d'autres entreprises y avaient déjà implanté des sites de nature similaire sans y rencontrer de problèmes majeurs ».

par l'entreprise. A une plus petite échelle, cette présence signale l'existence de locaux d'activité correspondant aux besoins du nouveau site ou encore la qualité des infrastructures communes proposées par certaines zones d'activité aux entreprises qui s'y implantent[97].

Cette classe est également caractérisée par le rôle central joué dans la décision de localisation par les réseaux de relations personnelles des certains dirigeants de l'entreprise. Ces réseaux résultent la plupart du temps de l'origine locale des dirigeants en question. Les rappels téléphoniques et les entretiens complémentaires que nous avons eus avec les répondants de cette classe indiquent que les dirigeants ainsi désignés se divisent en deux catégories. D'un côté, il s'agit de personnes occupant des postes de direction générale au sein de l'entreprise, de l'autre cette appellation désigne, dans l'esprit des répondants, les responsables actuels[98] ou futurs des sites de services concernés par la décision de localisation.

Les responsables de sites disposent avant tout de relations personnelles dans les milieux d'affaires locaux. S'agissant de sites de services, ces relations sont, selon toute vraisemblance, des relations commerciales entretenues avec certains clients locaux réguliers de l'entreprise, le carnet d'adresses du commercial en quelque sorte…

Dans le cadre des décisions de la classe qui ne concernent pas des sites de services (8 cas), les réseaux sociaux désignés par les répondants sont ceux des dirigeants de l'entreprise. Leurs réseaux sont de nature différente par rapport à ceux des responsables de sites évoqués ci-dessus. En effet, s'ils comprennent des relations personnelles dans les milieux d'affaires locaux, ils s'étendent également dans les administrations et les milieux politiques locaux. De fait, ces réseaux sont mobilisés, dans le cadre de ces huit décisions de localisation, à des fins différentes. Il s'agit en effet en premier lieu de faciliter la mise en œuvre de ces décisions, notamment en permettant de trouver plus aisément les locaux d'activité ou les bâtiments présentant les caractéristiques recherchées voire, dans un cas notamment, les financements nécessaires.

Toutefois, dans le cadre des opérations de transferts, ces réseaux n'interviennent pas tant pour faciliter la réalisation du projet de nouveau site que pour contraindre le choix de son lieu d'implantation. En effet, dans ces cas, les décideurs limitent la distance géographique entre le ou les sites d'origine des activités transférées et le nouveau site afin de continuer à bénéficier des réseaux de relations qu'ils ont su tisser localement au fil du temps.

[97] Cette raison nous a été citée par un des répondants de la classe 2 lors d'un entretien téléphonique complémentaire.
[98] Dans le cadre d'opérations de transferts, il s'agit des responsables du ou des sites d'origine du transfert.

En somme, il semble bien que l'ensemble des choix de localisation de la classe 2 soient appréhendés par les décideurs comme des éléments à part entière de la définition du positionnement général de leur entreprise par rapport à ses concurrents. En conséquence, les lieux d'implantation des nouveaux sites de cette classe sont choisis, non seulement en relation avec le réseau d'implantations existantes de l'entreprise, mais également en fonction des choix effectués dans ce domaine par les entreprises concurrentes. Cette attention portée, pour des raisons stratégiques, aux choix de localisation des autres entreprises, favorise en outre l'apparition de comportements mimétiques destinés à minimiser les risques d'erreurs en la matière.

Toutefois, si les décideurs de cette classe recourent, de manière explicite, aux comportements mimétiques et à leurs réseaux sociaux, c'est rarement pour guider leurs choix de localisation au sein de régions qu'ils méconnaissent puisque seules 4 décisions sur 18 constituent des premières implantations dans une région nouvelle pour l'entreprise. Au contraire, l'imitation des comportements de localisation d'autres entreprises intervient généralement à de petites échelles, dans le cadre d'ajustements très marginaux des implantations existantes des entreprises concernées. L'intervention des réseaux de relations personnelles de cadres dirigeants de l'entreprise constitue même un encouragement fort à l'inertie spatiale. Qu'il s'agisse de conserver des liens étroits avec les clients de l'entreprise sur un marché local donné ou de continuer à tirer profit de bonnes relations avec des élus ou des cadres administratifs locaux, elles traduisent en effet une forme d'enracinement local des entreprises et, pour les décideurs (selon les cas, responsables de sites ou dirigeants d'entreprises), d'encastrement (au sens de l'*embeddedness* de Granovetter, 1985) dans leur milieu d'origine.

Qualité de vie des salariés du site

Les facteurs de localisation se rapportant à la qualité de vie des salariés du nouveau site ont joué un grand rôle dans les décisions de la classe 2. Ce constat tend à rapprocher ces décisions de celles de la classe 1. Ainsi, le critère de « qualité du cadre de vie pour les salariés » a reçu une note moyenne équivalente dans les deux classes (2,86 dans la classe 1 et 2,78 dans la classe 2). Cette similitude d'ensemble cache cependant des distinctions sensibles dans la manière dont les répondants des deux classes ont interprété ce concept de « qualité de vie ». A la différence de la classe 1, l'ensemble des facteurs de localisation détaillés proposés dans le questionnaire sur cette thématique apparaissent en effet comme caractéristiques de la

classe 2 (tableau 3.85). Ces facteurs détaillés rendent donc mieux compte des aspects de qualité de vie des salariés concernés que les décideurs de cette classe ont pris en considération dans leurs choix de localisation.

Cette différence est due à la prédominance plus marquée, dans la classe 2, des opérations de transferts totaux d'activités (c'est-à-dire avec fermeture du site ou des sites d'origine des activités transférées, 13 cas sur 18). Dans le cadre de ces opérations de transferts totaux, les entreprises ont cherché avant tout à conserver le personnel en place ainsi que, pour les sites de services, la proximité des activités considérées avec les marchés et les clients desservis. En vue de conserver les salariés en place, les décideurs ont fait en sorte que le transfert n'ait pas de répercussions trop importantes sur leur vie privée, en allongeant excessivement leur temps de trajet domicile/travail, voire même en les contraignant à changer de lieu de résidence, obligeant ainsi leur conjoint(e) à rechercher un nouvel emploi. En conséquence, les activités transférées ont généralement été implantées dans la même commune ou agglomération que leur localisation d'origine (11 cas). Trouver des locaux d'activité ou des bâtiments adaptés aux besoins prédéfinis du nouveau site dans un si petit périmètre conditionne donc de manière importante les choix de localisation de cette classe.

La classe 2 se distingue également de la classe 1 par l'importance accordée au critère d' « agrément du paysage et du climat ». On peut toutefois s'interroger sur le rôle effectivement joué par ce facteur dans le choix de la nouvelle localisation. Une analyse plus attentive des décisions de cette classe nous incite à penser qu'il ne s'agit pas d'un facteur de localisation réellement discriminant. Il exprime plutôt le fait que les salariés que l'entreprise prévoit d'employer sur son nouveau site apprécient la qualité de l'environnement local du lieu d'implantation choisi, souvent parce qu'il se trouve dans leur région d'origine. Ils souhaitent de ce fait pouvoir y demeurer, voire s'y réinstaller, et l'entreprise leur donne cette possibilité en les employant localement.

Il existe une autre explication possible à l'importance de ces facteurs de qualité de vie au sein de la classe, celle-ci concernant surtout les sites de services. Pour ce type de site, le choix du lieu d'implantation précis du nouveau site, à l'intérieur d'une aire de marché prédéterminée, a pu être confié au futur responsable dudit site, soit qu'il soit déjà en charge du site d'origine dans le cas d'un transfert total à l'échelle locale, soit, lorsqu'il s'agit d'une entrée de l'entreprise sur un nouveau marché, qu'il ait été désigné avant la prise de la décision de localisation définitive. Les préoccupations personnelles de ce futur responsable de site pour sa propre qualité de vie (notamment la proximité du nouveau site avec son lieu de résidence) auraient alors pesé d'un poids important dans son choix (Brossard, 1997). La pertinence de

cette explication sera évaluée plus loin (section 3.5) en croisant la partition en cinq classes de l'échantillon en fonction des facteurs de localisation avec les données concernant la nature des acteurs de la décision de localisation.

Tableau 3.85 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 2 (n=18)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation	Présence locale d'entreprises concurrentes Réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise Volonté de réduire les temps de trajet domicile/travail des salariés du site Opportunités locales d'emploi pour les conjoint(e)s des salariés Présence locale d'autres sites similaires Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise Qualité du cadre de vie pour les salariés Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie Qualité des infrastructures locales de télécommunication Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité adaptés aux besoins du site Agrément du paysage et du climat Proximité des marchés desservis par l'entreprise Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux Proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs Proximité de clients importants Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux Présence locale d'activités de services aux entreprises	
Autres variables illustratives métriques	« Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire. »	
Modalités des variables illustratives nominales	Site(s) d'origine des activités transférées localisé(s) dans la même commune ou agglomération urbaine que le nouveau site (11 cas) La décision de localisation s'inscrit dans un contexte de développement et/ou de réorganisation des activités existantes de l'entreprise (18 cas) Transfert avec fermeture ou cession du ou des sites d'origine (13 cas)	La décision de localisation s'inscrit dans un contexte de diversification de l'entreprise vers de nouvelles activités (aucun cas)

Classe 3

La troisième classe regroupe 26 observations, soit un quart de l'échantillon. Elle apparaît à première vue très bien décrite par un nombre réduit de facteurs de localisation caractéristiques, autant en positif qu'en négatif (tableau 3.86). Ainsi, seuls sept facteurs, parmi les 43 proposés, ont une valeur-test supérieure au seuil fixé. Les niveaux de confiance associés à ces valeurs-tests sont en outre très élevés puisqu'ils sont tous, à une exception prés, supérieurs à 99% (voire annexe 2.2.2.). Enfin, la plupart des notes moyennes correspondantes sont très supérieures à 2,5 au sein de la classe (voir plus haut, tableau 3.83), ce qui les distingue très nettement des autres facteurs qui ont généralement obtenu, dans cette classe, une note moyenne très inférieure à 2,5.

La classe 3 est toutefois la plus hétérogène des cinq classes dégagées par la procédure de classification, en partie du fait de sa taille relativement grande. La présentation du portrait de l'observation-type de cette classe doit donc être entourée d'encore plus de précautions que pour les autres classes. La procédure de consolidation de la partition par la méthode d'agrégation autour des centres mobiles a néanmoins permis, au prix d'une réduction sensible de l'effectif de la classe (qui est passé de 33 observations à 26), d'accroître considérablement son homogénéité.

La recherche de terrains à bâtir

La classe 3 se distingue des deux premières classes par le rôle remarquablement faible que joue la recherche de locaux ou de bâtiments existants dans les choix de localisation qu'elle contient. Les préoccupations immobilières y occupent néanmoins une place centrale, puisque l' « existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site » est non seulement le facteur de localisation le plus caractéristique de cette classe, mais également celui qui a reçu la note moyenne la plus élevée (3,81). A ce premier facteur, il convient d'associer celui concernant les coûts immobiliers qui renvoie donc essentiellement, dans cette classe, au prix des terrains.

La place prédominante des critères fonciers dans l'explication des décisions de localisation de la classe 3 est due à la proportion importante d'opérations d'achats de terrains et de construction de bâtiments qu'elle comprend (19 cas sur 26)[99]. L'essentiel des décisions de cette classe concerne en outre des sites de production industrielle dont beaucoup sont de

[99] Il faut ajouter à ce chiffre le cas d'une entreprise de la classe ayant procédé à la location d'un bâtiment neuf conçu et construit spécifiquement par un promoteur immobilier privé pour convenir à ses attentes.

taille importante, du moins si l'on en juge par leur effectif salarié après un an d'activité (entre 49 et 250 salariés pour 12 d'entre eux). Il est de ce fait particulièrement difficile pour les entreprises de trouver des locaux d'activité disponibles et dont les dimensions et les caractéristiques sont adaptées aux besoins bien spécifiques des activités de production industrielle qu'elles souhaitent implanter. Dans ces conditions, il leur est plus simple de procéder directement à l'achat de terrains viabilisés[100] et de faire construire sur ces terrains des bâtiments correspondant précisément à leurs attentes. La majorité des choix de localisation de cette classe s'inscrit donc clairement, dés le début du processus de prise de décision, dans une logique d'investissement immobilier et est de ce fait guidée par la disponibilité de terrains à bâtir correspondant aux besoins prédéfinis pour le nouveau site.

Le rôle central des facteurs institutionnels locaux

L'importance accordée par les répondants de cette classe aux différents avantages offerts par les politiques publiques d'attraction des entreprises dans certaines aires géographiques s'inscrit dans le cadre de cette logique générale d'investissement immobilier.

Le rôle central que jouent ces avantages dans la classe est en premier lieu dû au fait que les opérations de création de nouveaux sites qu'elle regroupe sont, de par leurs caractéristiques, éligibles à de nombreux programmes d'aides publiques à l'implantation. Ces programmes sont multiples tant par la nature des organismes qui les financent (dans le cas français, l'Union Européenne, l'Etat, les collectivités locales) que par les formes que prennent les aides proposées (subventions, primes à l'investissement ou à la création d'emplois, avances remboursables, prêts gratuits ou à faible taux, allégements ou exonérations d'impôts locaux ou sur les bénéfices…). La plupart d'entre eux sont cependant destinés spécifiquement aux entreprises industrielles, en particulier en France. Ce choix reflète l'intérêt tout particulier porté par les pouvoirs publics aux choix de localisation des activités de production industrielle, en raison de l'importance supposée des effets bénéfiques que ces activités ont sur l'emploi local mais également en raison de la visibilité particulière de ces choix, comme en témoignent les débats publics entourant aujourd'hui les délocalisations d'activités industrielles (voir première partie, chapitre 1).

L'obtention de certaines aides à l'implantation parmi les plus importantes, telles que la Prime d'Aménagement du Territoire (PAT) en France ou encore les aides régionales européennes, est en outre conditionnée à la réalisation d'investissements immobiliers sur le

[100] Ou d'utiliser un terrain dont l'entreprise était déjà propriétaire pour y construire les bâtiments nécessaires, comme cela fut le cas pour une des décisions de cette classe.

nouveau site (qu'il s'agisse de l'achat de terrains et de la construction de bâtiments ou bien de l'achat de locaux d'activité ou de bâtiments existants).

Enfin, l'objectif général de ces programmes d'aides, quels que soient leur forme et les organismes qui en ont la gestion, est d'orienter les investissements des entreprises industrielles et les emplois associés vers des territoires relativement défavorisés du point de vue du développement économique. Or, un examen attentif des caractéristiques des observations de cette classe a révélé que les localisations finalement choisies par les décideurs se situent en grande majorité dans des zones leur garantissant l'éligibilité du projet de création du nouveau site à des programmes d'aides.

Ces diverses aides à l'implantation sont considérées par les entreprises de la classe 3 comme un moyen d'atténuer les coûts financiers de l'investissement immobilier qu'elles réalisent sur leur nouveau site.

La recherche d'un bon contact avec les collectivités locales et leurs diverses émanations (comités d'expansion, agences de développement économique,…) s'explique également par la nature de l'opération immobilière envisagée sur le nouveau site et par les engagements financiers conséquents que celle-ci implique. Les entreprises de cette classe évaluent en effet la qualité de ce contact à l'aune de l'assistance que leurs apportent les collectivités locales en vue de concrétiser leur projet immobilier. Comme cela a été précisé dans le chapitre précédent, cette assistance prend deux formes principales :

Il s'agit en premier lieu de faciliter l'identification et la mise à disposition des terrains ou locaux d'activité (selon les cas) correspondant aux attentes de l'entreprise. En ce qui concerne les terrains, cela implique leur viabilisation préalables grâce à un raccordement approprié aux réseaux routier, de télécommunication, d'eau, d'électricité… Elle comprend également la réalisation de tous les travaux particuliers d'infrastructure (accès routier à gros débit, bassins de décantation…) dont le nouveau site a besoin et que les collectivités locales, les communes en particulier, peuvent prendre à leur charge.

D'autre part, les entreprises attendent des collectivités locales qu'elles les renseignent sur les différentes aides mobilisables pour le financement de leur projet puis qu'elles les assistent dans l'accomplissement des démarches nécessaires à l'obtention de ces aides.

La note accordée par les répondants au facteur de localisation « qualité du contact avec les collectivités locales » indique également, en particulier dans le cadre des 8 décisions d'implantation à l'étranger que compte la classe 3, dans quelle mesure les collectivités locales

ont su faciliter et accélérer les formalités administratives qu'implique l'ouverture du nouveau site (permis de construire…).

Au sein de cette classe, la qualité du contact avec les collectivités locales ne provient donc pas de l'historique des interactions préalables entre les représentants de ces collectivités et les dirigeants de l'entreprise qui aurait pu aboutir à la création de liens plus personnalisés de nature à susciter la confiance entre les protagonistes. La relation semble plutôt être appréhendée par les décideurs comme une relation de type client-fournisseur, ponctuelle et impersonnelle. Dans ce cadre, la note moyenne élevée accordée au facteur de localisation correspondant traduit l'efficacité des collectivités locales en charge du lieu d'implantation finalement choisi dans leurs tâches d'assistance et d'accompagnement du projet d'investissement de l'entreprise. L'analogie avec la notion de marché et l'emploi de l'expression de « marché de l'implantation » (Texier et Valla, 1992 ; Rallet et Torre, 1995 ; Méchin, 2001) pour caractériser les relations entre les entreprises et les divers acteurs, publics ou non, responsables de la mise en valeur économique des territoires prend donc tout son sens au sein de cette classe 3.

La recherche d'une main d'œuvre peu ou pas qualifiée à faible coût

Les décisions de cette classe sont également guidées de manière significative par la recherche d'une main d'œuvre peu ou pas qualifiée à coût relativement bas. Elles se distinguent en cela de celles des deux premières classes. Cette caractéristique distinctive reflète les besoins spécifiques des sites nouvellement créés au sein de cette classe 3. Ceux-ci accueillent en effet des activités de production industrielle, essentiellement dans des secteurs à faible intensité technologique, ayant des besoins importants en main d'œuvre peu ou pas qualifiée en raison de la taille prévue pour les nouveaux sites.

Synthèse : Des choix de localisation subordonnés à des logiques plus larges d'investissement immobilier

Au total, il existe donc, au sein de la classe 3, une correspondance particulièrement étroite entre les caractéristiques des sites nouvellement implantés et les critères mis en avant par les répondants pour expliquer le choix de localisation de leur entreprise. De manière générale, ces critères traduisent une forte orientation vers l'amont des logiques de choix de localisation de cette classe. Ils dénotent en outre une volonté des entreprises de maîtriser les coûts de leurs activités productives variant dans l'espace géographique (coûts de main d'œuvre et coûts immobiliers) afin de préserver leur compétitivité. A première vue,

l'ensemble des facteurs de localisation caractéristiques de cette classe participent de cette stratégie générale de minimisation des coûts des facteurs de production.

Les logiques de choix regroupées ici semblent donc très proches du modèle d'optimisation rationnelle développé par les théories néoclassiques de la localisation industrielle. Toutefois, dans le cadre de ce modèle, le choix de localisation est supposé résulter d'une analyse comparative approfondie d'un grand nombre de lieux d'implantation alternatifs sur la base de leurs caractéristiques économiques, et notamment, pour ce qui concerne les activités de production industrielle, de leurs caractéristiques de coûts. Or, dans 19 des 26 décisions de cette classe, la recherche de la nouvelle localisation a été réalisée à l'intérieur d'une seule et même région, voire même, dans 8 cas, d'une seule et même commune ou agglomération urbaine. Des processus de recherche aussi restreints géographiquement ne sont pas particulièrement propices à la mise en œuvre d'une démarche d'optimisation économique globale.

En effet, les coûts immobiliers sont susceptibles de varier de manière sensible à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine. Le montant des aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics pour un même projet d'investissement industriel peut quant à lui différer de manière importante à l'intérieur d'une même région[101]. En revanche, les coûts de main d'œuvre ne constituent guère un facteur discriminant à l'échelle d'une région.

De manière générale et même si des variations sensibles dans les coûts de main d'œuvre peuvent exister au sein de territoires nationaux de grande taille, comme ceux des Etats-Unis ou de la Chine, les coûts globaux de main d'œuvre (coûts salariaux et non-salariaux) ne diffèrent de manière importante que d'un pays à l'autre.

La recherche d'un accès à une main d'œuvre peu ou pas qualifiée à moindre coût constitue donc un critère beaucoup plus déterminant dans le choix d'un pays d'accueil pour une nouvelle usine que dans celui du lieu d'implantation de cette usine à l'intérieur d'un territoire national donné. De fait, le coût de la main d'œuvre, qui constitue déjà le critère de choix du pays d'accueil le plus important parmi les 15 décisions de localisation à l'international de l'échantillon (note moyenne de 3,4), joue un rôle encore plus déterminant dans les 8 décisions de localisation à l'international que compte la classe 3 avec une note moyenne de 4,38 et un écart-type particulièrement faible (1,06). Par comparaison, ce facteur

[101] En France, le zonage de la Prime d'Aménagement du Territoire (PAT) est défini à l'échelle communale. Ainsi, à l'intérieur d'un même département (et, *a fortiori*, d'une même région), certaines communes peuvent être

est loin d'être le plus caractéristique de l'ensemble des décisions de cette classe à l'échelle infra-nationale, avec une note moyenne de 2,62 et un écart-type de 1,80.

Il convient donc de distinguer, au sein de cette classe, les décisions de localisation à l'étranger (8 observations), dans lesquelles le critère de coût de la main d'œuvre joue un rôle central, des décisions de localisation à l'intérieur du territoire français (18 observations), où le rôle joué par ce facteur est beaucoup plus secondaire. Dans ces dernières décisions, les calculs de coûts concernent essentiellement les coûts immobiliers. A cette première distinction s'ajoute une différence dans la nature des décisions de localisation étudiées : Les décisions d'implantation à l'étranger de la classe 3 correspondent, dans 6 cas sur 8, à des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités par les entreprises concernées. A l'inverse, les décisions d'implantation en France s'insèrent, pour l'essentiel, dans le cadre d'opérations de transferts d'activités vers de nouveaux sites (14 cas sur 18 dont 10 transferts totaux). Toutefois, à la différence de ce qui avait été noté pour les deux premières classes, la conservation des salariés en place constitue un critère secondaire dans cette dernière catégorie de décisions. Le niveau de qualification des salariés concernés par les décisions de cette classe étant moins élevé, il est en effet plus aisé de leur trouver un remplaçant dans l'éventualité où le transfert provoquerait leur départ de l'entreprise. Cela accroît la marge de manœuvre de l'entreprise en matière de choix de localisation (seuls 7 des nouveaux sites concernés ont été implantés dans la même commune ou agglomération urbaine que le ou les sites d'origine des activités transférées) et donne d'autant plus de poids, dans le processus de choix, au calcul de coûts immobiliers et aux aides publiques.

Ces décisions de localisation s'insèrent ainsi dans des logiques décisionnelles plus larges d'investissement immobilier à laquelle elles se trouvent subordonnées. Cette subordination est telle qu'il est légitime de se demander si les entreprises mènent une réelle réflexion en matière de choix de localisation. Tel est en particulier le cas lorsqu'elles profitent d'aides publiques à l'implantation, notamment sou la forme d'allégements de l'imposition locale accordés par les collectivités territoriales. Ces aides publiques constituent alors, non pas un réel critère de choix d'un lieu d'implantation de préférence à un autre mais une condition *sine qua non* de la réalisation du projet de nouveau site. Dans ces conditions, la problématique décisionnelle ne se présente pas sous la forme d'un choix entre plusieurs lieux d'implantation alternatifs. Elle se présente plutôt sous la forme d'une décision de faisabilité de l'investissement immobilier dans l'aire géographique donnée (le plus souvent la commune,

éligibles à la PAT industrielle au taux le plus élevé alors que d'autres sont non-éligibles, quel que soit le taux considéré.

l'agglomération urbaine ou le département) dans laquelle le ou les activités transférées sont originellement implantées et qui présente en outre des caractéristiques satisfaisantes, notamment en matière de disponibilité de main d'œuvre peu ou pas qualifiée. Les décideurs ne recherchent donc pas un lieu d'implantation en tant que tel. Ils s'enquièrent auprès des collectivités locales du foncier (ou de l'immobilier d'entreprises) disponible et des aides qu'ils pourraient obtenir pour réaliser leur projet dans l'aire géographique préalablement délimitée. Si le montant de ces aides est suffisant pour leur permettre de concrétiser l'investissement immobilier projeté, alors celui-ci est mis en œuvre. Le choix de localisation n'est dans ce cas qu'une décision induite conditionnant l'obtention des aides publiques. Les décideurs adoptent donc, dans cette classe, des comportements de recherche active des avantages financiers offerts par les pouvoirs publics en relation avec leur choix d'implantation. Face à cette mise en concurrence plus ou moins explicite, les collectivités territoriales, et en particulier les communes, utilisent les allégements de la fiscalité locale pour attirer et, surtout, pour retenir ces entreprises sur leur territoire.

Ce type de comportement ne caractérise cependant pas l'intégralité des décisions de localisation sur le territoire français que comprend la classe 3. Un des répondants a ainsi précisé, dans le questionnaire qu'il a renvoyé, qu'il n'avait pas souhaité solliciter d'aides à l'implantation, quand bien même l'investissement projeté par son entreprise était éligible, parce qu'il considérait ces aides comme des « pièges », eu égard aux exigences qui leurs sont assorties, notamment en matière de créations d'emplois. Pour les entreprises qui se refusent à recourir aux aides publiques, le choix de localisation demeure malgré tout contraint par la disponibilité, dans l'aire géographique de la recherche, de terrains ou de locaux d'activité correspondant aux caractéristiques prédéfinies.

Au sein de la classe 3, les contraintes d'ordre immobilier pèsent d'un poids moins lourd sur les décisions de localisation à l'étranger que sur les décisions de localisation à l'intérieur du territoire français. Les entreprises industrielles françaises qui s'implantent à l'étranger sont, comme cela a été dit plus haut, bien plus guidées par la recherche d'une main d'œuvre faiblement qualifiée à moindre coût. D'autres contraintes, telles que l'obligation de suivre des clients industriels importants dans leur développement à l'international ou encore la nécessité de s'assurer un accès à des matières premières particulières, pèsent cependant sur ces décisions. Ces contraintes influent sur le choix du pays d'accueil de la nouvelle usine mais également sur le choix plus précis du lieu d'implantation de l'usine à l'intérieur de ce pays d'accueil.

Il est donc difficile, *in fine*, de considérer que les choix de localisation de cette classe résultent de comportements d'optimisation rationnelle de la part des entreprises. Les coûts de création et de fonctionnement des nouvelles usines ne sont pas totalement absents de la réflexion. Toutefois, la décision prise n'est pas réellement de nature à assurer la minimisation de ces coûts. Elle vise plutôt à assurer que, étant données les contraintes pesant sur le choix de localisation, ces coûts s'établissent à un niveau satisfaisant pour assurer la compétitivité à moyen ou long terme de l'activité de production de l'entreprise.

Tableau 3.86 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 3 (n=26)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation	Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site Niveau des impôts locaux Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics Qualité du contact avec les collectivités locales Coût de la main d'œuvre locale Main d'œuvre peu ou pas qualifiée Coûts immobiliers	Existence de bâtiments et/ou de locaux d'activité disponibles rapidement Proximité de clients importants Accessibilité du site en transports en commun
Modalités des variables illustratives nominales	Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s) (19 cas) Site de production de biens (24 cas) Effectif du nouveau site compris entre 49 et 250 salariés (12 cas) Industries des biens intermédiaires (16 cas) Secteurs à faible intensité technologique (18 cas) Nouveau site implanté à l'étranger (8 cas) La décision de localisation s'inscrit dans un contexte de diversification de l'entreprise vers de nouvelles activités (9 cas)	Location de locaux ou de bâtiment(s) existant(s) (5 cas) Site de services (1 cas) 50% et plus d'ingénieurs et cadres dans l'effectif du nouveau site (aucun cas) Effectif du nouveau site inférieur à 10 salariés (3 cas) Secteurs de haute technologie (8 cas) Nouveau site implanté en France (18 cas) La décision de localisation s'inscrit dans un contexte de développement et/ou de réorganisation des activités existantes de l'entreprise (17 cas) Entreprise du secteur de la réalisation de logiciels (aucun cas)

Classe 4

La classe 4 comprend 7 observations.

Des caractéristiques statistiques singulières qui incitent à la prudence dans l'interprétation

Cette classe 4 se distingue des autres classes à plus d'un titre :

Elle se singularise tout d'abord par sa petite taille, son effectif étant de loin le plus faible des cinq classes de la partition. Cet effectif était encore plus faible avant sa consolidation par la méthode d'agrégation autour des centres mobiles puisqu'il se limitait initialement à quatre observations.

Elle se singularise ensuite par son caractère fortement atypique. La distance du chi-deux entre le centre de gravité de la classe et le centre de gravité de l'ensemble du nuage des observations, fournie par SPAD, est de 32,14 après consolidation pour cette classe alors qu'elle est comprise entre 5 et 10 pour toutes les autres classes (voir annexe 2.2.2.). Il est à noter que la classe 4 était encore plus atypique avant consolidation puisque sa distance à l'origine était de 47,68. La procédure de consolidation a donc eu pour conséquence d'atténuer sensiblement le caractère atypique de cette classe au détriment, cependant, de son homogénéité qui a diminué. La classe 4 demeure malgré tout la plus homogène de toutes, cette homogénéité étant en grande partie due à sa petite taille.

Elle se singularise enfin, d'une part, par le nombre particulièrement élevé de facteurs de localisation caractéristiques et, d'autre part, par la proportion très importante de facteurs de localisation ayant reçu, en son sein, une note moyenne supérieure à 2,5. Ce constat, ajouté aux remarques précédentes, invite à la plus grande prudence dans son interprétation. Sa petite taille rend en effet cette classe particulièrement sensible aux biais causés par la présence possible d'observations atypiques.

Cette prudence nous a d'abord conduit à nous interroger sur le caractère très atypique de la classe dans son ensemble. Ce caractère atypique peut être le reflet de la spécificité très forte de certaines logiques de choix de localisation de l'échantillon, auquel cas l'existence même de cette classe 4 est de nature à ouvrir des perspectives de recherche fructueuses. Il peut cependant n'être que l'expression de biais dans les réponses au questionnaire, en particulier dans la manière dont les répondants ont utilisé les échelles de notation proposées.

La manière même dont cette classe 4 a été constituée suscite également des interrogations. A la lecture des informations fournies par SPAD, on constate en effet que l'inertie intra-classe a doublé durant le processus de consolidation par la méthode d'agrégation autour des centres mobiles, passant de 0,53 à 1,05. Cette augmentation indique que les trois décisions supplémentaires intégrées à la classe au cours de la consolidation obéissent à des logiques de choix relativement dissemblables de celles gouvernant les quatre décisions qu'elle regroupait initialement. Les données fournies par SPAD amènent donc à se demander si la procédure de consolidation, fort utile par ailleurs, n'a pas conduit à la création d'une classe artificielle composée de décisions obéissant à des logiques tellement différentes qu'il est délicat de les amalgamer dans une interprétation d'ensemble.

L'analyse détaillée de chacune des observations incluses dans cette classe constitue le meilleur moyen de répondre à ces interrogations, préalable indispensable à une interprétation valide de cette classe. Cette analyse détaillée apporte deux enseignements *a priori* contradictoires :

A première vue, elle laisse à penser que, si des biais existent, ils doivent être attribués aux trois observations ajoutées à la classe lors de sa consolidation. En effet, dans deux des questionnaires correspondants, un nombre anormalement élevé de facteurs de localisation ont obtenu des notes égales à 4 ou 5. Il y a donc de fortes chances pour que les réponses apportées dans ces questionnaires soient biaisées par une préférence trop marquée des répondants pour les positions les plus élevées des échelles de notation proposées. Ces présomptions de biais sont particulièrement fortes pour un des deux questionnaires mentionnés qui, d'après les informations que nous avons pu obtenir, n'a pas été rempli par une personne ayant pris part directement au processus de prise de décision. Il existe donc de sérieux doutes quant à la fidélité avec laquelle ses réponses restituent la logique sous-jacente au choix de localisation étudié. La troisième observation (observation N° 69) représente quant à elle une part particulièrement disproportionnée de la variance interne de cette classe, ce qui signale son caractère atypique par rapport aux autres décisions qu'elle contient. La procédure de consolidation semblerait donc avoir conduit, dans ce cas, à la constitution d'une classe artificielle. Si ce soupçon se confirmait, il serait préférable d'analyser séparément les quatre observations qu'elle contenait initialement et les trois observations ajoutées par la procédure de consolidation.

La pertinence de ce choix est cependant remise en question par l'étude de la partition en six classes correspondant à l'étape précédente de l'algorithme de classification (voir annexe

2.2.2.). La classe étudiée existe également à cette étape et elle compte aussi 4 observations à l'issue de la procédure de Classification Ascendante Hiérarchique. Ce nombre d'observations demeure toutefois inchangé après consolidation de la partition par la méthode d'agrégation autour des centres mobiles. Or, ces quatre observations ne sont pas les mêmes que celles initialement incluses dans la classe 4 de la partition en cinq classes. Parmi elles se trouve en effet l'observation N°69 ainsi que l'une des deux observations sur lesquelles pèsent des présomptions de biais dans l'utilisation des échelles de notation. La classe 4 de la partition en cinq classes après consolidation ne saurait donc être considérée comme une classe artificielle. L'existence même de cette classe atypique à la fois dans les partitions en cinq et en six classes reflète probablement en grande partie la spécificité des logiques de choix qu'elle regroupe dans les deux cas.

La prudence commande cependant de s'entourer d'encore plus de précautions pour l'interprétation de cette classe 4 que pour celle des autres classes. Ainsi, nous n'avons pas hésité, pour effectuer cette interprétation, à revenir à l'étude directe des questionnaires, cette démarche ayant été facilitée par le faible effectif de la classe. L'établissement d'un profil-type des décisions de cette classe apparaît en outre comme un exercice quelque peu artificiel eu égard à sa petite taille.

Les facteurs de localisation caractéristiques de la classe 4 peuvent être regroupés en quelques grands thèmes synthétiques :

La recherche de sources de financement de la croissance de l'entreprise

Les décisions de la classe 4 sont motivées de manière très marquée par la recherche de sources de financements externes, bancaires ou en capital-risque, de proximité. Il s'agit d'une caractéristique d'autant plus distinctive que les critères de choix s'y rapportant ont obtenu une note particulièrement faible pour l'échantillon dans son ensemble (0,22 pour le facteur « financement en capital par une société de développement régional » et 0,52 pour la « présence locale d'un centre de décision bancaire »).

L'importance singulière accordée aux critères financiers dans ces décisions de localisation peut être expliquée en deux temps :

Tout d'abord, la plupart de ces décisions représentent des opérations de croissance interne majeures pour les entreprises concernées. Six d'entre elles se traduisent en effet par une augmentation significative de l'effectif salarié de l'entreprise et quatre sont présentées par les répondants comme des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités. Les entreprises de cette

classe ont donc besoin de nouvelles ressources financières conséquentes pour mener à bien ces opérations de croissance.

L'obtention des financements qu'elles sollicitent pour ce faire nécessite ou, du moins, est facilitée par l'existence d'une certaine proximité géographique du nouveau site projeté avec les centres de décision des organisations qui accordent ces financements. Cette proximité permet en effet à ces organisations d'exercer un meilleur contrôle sur l'utilisation des fonds accordés.

Cette exigence de proximité est particulièrement forte de la part des sociétés de capital-risque (Sorenson et Stuart, 2001). Il existe même, en France, des sociétés de capital-risque dont le rayon d'action est statutairement limité à une région donnée, les sociétés de développement régional. L'obtention d'un financement en capital-risque est donc souvent présenté comme un critère de choix de localisation important pour les entreprises des secteurs de haute technologie (Hayter, 1997), caractéristique partagée par 6 des 7 entreprises de cette classe.

L'importance du recours au capital-risque au sein de la classe 4 s'explique en partie par la présence d'une entreprise appartenant au secteur de la recherche et développement en sciences physiques et naturelles (pour une explication, voir partie 2, chapitre 2), les entreprises de biotechnologies constituant aujourd'hui une des cibles prioritaires des sociétés de capital-risque. Cette entreprise ne représente cependant pas un point aberrant puisque l'examen détaillé des questionnaires révèle que les autres entreprises de la classe ont également attribué une note significative à ce facteur de localisation.

Toutefois, les notes élevées attribuées au critère de « présence locale d'un centre de décision bancaire » ne font pas uniquement référence aux sociétés de capital-risque. Trois des observations de cette classe correspondent à des décisions de localisation à l'international. Or, pour une entreprise française qui s'implante à l'étranger, il peut être plus facile d'obtenir un financement bancaire pour son projet d'implantation lorsque celui-ci est localisé à proximité du siège de la filiale locale de la banque avec laquelle elle a l'habitude de traiter en France.

Les aides publiques à l'implantation peuvent quant à elles être considérées comme des sources de financements complémentaires des opérations de croissance interne que représentent la majorité des décisions de cette classe.

La recherche de connaissances

L'importance cruciale accordée par les décideurs de cette classe à la proximité géographique de laboratoires de recherche et d'établissements d'enseignement supérieur

traduit avant tout leur volonté d'accéder à des connaissances techniques ou scientifiques nouvelles, en particulier en débauchant du personnel qualifié que ces institutions emploient. De fait, deux des décisions comprises dans cette classe concernent des sites de recherche et développement. La recherche de la proximité avec des établissements d'enseignement supérieur s'explique également en partie par la nécessité de recruter du personnel qualifié pour le nouveau site, puisque ce dernier représente la création d'une nouvelle capacité pour l'entreprise ou, du moins, un accroissement significatif de son effectif salarié d'ensemble.

L'utilisation, par les décideurs, de leurs réseaux sociaux

Dans ce cadre, le fait que certains dirigeants d'entreprises disposent, préalablement à la création du nouveau site, de relations personnelles à l'échelle locale leur permet de s'assurer de l'existence et de l'accès de leur entreprise aux compétences spécifiques et aux ressources financières qu'elle recherche. Les contacts commerciaux dont ils disposent permettent également à certains des décideurs de cette classe de s'assurer que leur entreprise dispose localement d'une clientèle, actuelle ou potentielle, suffisamment importante pour justifier la création du nouveau site. On retrouve là une logique proche de celle mise à jour dans la classe 2.

La nécessité d'une bonne circulation du personnel et de l'information entre le nouveau site et le siège social de l'entreprise

En dernier lieu, l'importance accordée, dans les décisions de cette classe, à la proximité avec des infrastructures aéroportuaires, en particulier internationales, et à la qualité des infrastructures locales de télécommunication s'explique par l'éloignement géographique des nouveaux sites par rapport aux autres sites existants de l'entreprise (3 d'entre eux sont implantés hors de France). Or, il s'agit de sites stratégiques pour les entreprises tant par la nature des activités qu'ils accueillent (R&D notamment) que par leur poids en termes d'effectif (4 de ces nouveaux sites concentrent, après un an d'activité, entre 10 et 50% de l'effectif total de l'entreprise). Un bon contrôle de l'activité de ces sites stratégiques par la direction générale est donc indispensable et il requiert une bonne circulation du personnel et de l'information entre ces nouveaux sites et le siège social de l'entreprise.

Tableau 3.87 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 4 (n= 7)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation	Financement en capital par une société de développement régional Proximité de laboratoires de recherche Présence locale d'un centre de décision bancaire Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics Réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise Niveau des impôts locaux Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur Présence locale d'activités de services aux entreprises Proximité d'un aéroport international Proximité d'un aéroport à desserte nationale Main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée Qualité du contact avec les collectivités locales Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail Qualité des infrastructures locales de télécommunication Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux Coût de la main d'œuvre locale Coûts immobiliers	
Modalités des variables illustratives nominales	Site de R&D (2 cas)	

Classe 5

La classe 5 regroupe 37 observations. C'est, et de loin, la classe ayant l'effectif le plus important. Cette classe apparaît nettement distincte du reste de l'échantillon puisqu'elle résiste au processus d'agrégation jusqu'au niveau de la partition en deux classes. Ce qui distingue si nettement cette classe 5 de toutes les autres, c'est le fait qu'elle soit uniquement caractérisée par des facteurs ayant obtenu une note moyenne significativement inférieure à la moyenne globale au sein de l'échantillon (voir le tableau 3.88). De fait, les décideurs de cette classe ont accordé remarquablement peu d'attention aux facteurs se rapportant à la qualité des infrastructures locales de transport et de télécommunication, à la main d'œuvre, à la structuration géographique de leurs réseaux sociaux, aux politiques publiques d'attraction des entreprises et à la qualité de vie des salariés du nouveau site.

De manière générale, les décisions de cette classe ne sont donc pas fédérées autour d'un ensemble de critères explicites de choix qu'elles auraient en commun. Au contraire, elles sont unies par le peu de considération que les décideurs semblent avoir porté aux caractéristiques du lieu d'implantation du nouveau site de leur entreprise. Cette caractéristique très spécifique à la classe 5 ne facilite pas son interprétation.

Des décisions de localisation simples

L'hypothèse qui vient à l'esprit à la lecture des tableaux 3.83 et 3.88 est que cette classe 5 regroupe des décisions de localisation relativement simples au sens où elles sont le résultat d'une réflexion préalable très réduite et d'un effort de recherche du nouveau lieu d'implantation très limité.

S'il est vrai que ce processus de recherche a été réalisé dans 34 cas sur 37 à une échelle inférieure ou égale à celle d'une région française (et même, dans 21 cas, à l'intérieur d'une seule et même commune ou agglomération urbaine), il ne s'agit pas là d'un pourcentage significativement différent de celui obtenu pour l'ensemble de l'échantillon.

La pertinence de l'hypothèse de simplicité de la réflexion en matière de choix de localisation est en revanche attestée par un examen rapide des questionnaires retournés. En effet, dans nombre d'entre eux, les répondants ont attribué la note 0 à la plupart des facteurs de localisation proposés. Chacune des décisions de localisation de cette classe a donc été prise au regard d'un nombre de critères de choix très réduit. La décomposition de la réflexion en critères de choix multiples proposée dans le questionnaire constitue donc une représentation

exagérément complexe par rapport à la manière dont les processus de décision de cette classe se sont effectivement déroulés.

Aucun des critères proposés n'obtenant, dans la classe, une note moyenne significativement supérieure à la moyenne dans l'ensemble de l'échantillon, il semblerait, à première à vue, que les quelques critères utilisés diffèrent selon les choix de localisation considérés. Une analyse plus attentive des données fournies par SPAD révèle cependant l'importance du rôle joué dans les décisions de cette classe par les deux facteurs de localisation tenant à la proximité géographique avec des clients importants de l'entreprise et à la disponibilité rapide de bâtiments et/ou de locaux d'activité à louer.

Il s'agit ainsi, parmi l'ensemble des facteurs de localisation proposés aux répondants, des deux seuls ayant obtenu une note moyenne supérieure à 2,5 dans cette classe (respectivement 3,24 et 3,16). En raison des notes moyennes élevées qu'ils obtiennent dans l'ensemble de l'échantillon, ces facteurs n'atteignent pas le seuil retenu pour être considérés comme caractéristiques de cette classe (valeur-test positive supérieure à 2). Toutefois, le contraste entre les notes élevées accordées à ces deux critères de choix et la remarquable faiblesse des notes moyennes obtenues par l'ensemble des autres critères leurs donne un rôle prépondérant dans l'explication des choix de localisation de la classe 5.

Des choix contraints ou des décisions opportunistes ?

Les notes moyennes élevées reçues par les critères de choix « proximité des clients importants » et « existence de bâtiments et/ou locaux d'activité disponibles rapidement » offrent deux pistes d'explication du caractère relativement fruste de la réflexion qui a présidé aux choix de localisation de cette classe.

La première piste consiste à considérer que la classe 5 regroupe des décisions contraintes, notamment par des considérations de proximité géographique avec les principaux clients de l'entreprise. Les fortes contraintes que ces derniers feraient peser sur le choix de localisation expliqueraient alors le caractère superficiel de la réflexion menée par l'entreprise dans ce domaine.

Dans le cadre de la deuxième piste explicative, l'absence de réflexion préalable au choix de localisation s'expliquerait par le fait que les bâtiments ou locaux d'activité dans lesquels le nouveau site a été installé représentaient une opportunité qui s'est présentée aux entreprises de cette classe. Cette opportunité leur a permis de résoudre certains problèmes qui se posaient à elles tels que, dans le cas des opérations de transferts (27 décisions sur 37),

l'accroissement de l'activité sur le ou les sites d'origine qui rendait les locaux occupés trop exigus. Les décideurs ont alors saisi ces opportunités d'ordre immobilier sans mener de réelle recherche ni de comparaison entre plusieurs lieux d'implantation alternatifs.

Toutefois, les répondants de cette classe n'indiquent pas, en moyenne, qu'un niveau de contrainte particulièrement élevé ait pesé sur leurs choix de localisation (note moyenne de 1,89 dans la classe contre une moyenne globale de 2,03). De même, la proposition selon laquelle le lieu d'implantation choisi pour le nouveau site représentait une opportunité saisie par l'entreprise sans prendre en considération de lieu d'implantation alternatif n'a pas reçu de note moyenne significativement plus élevée dans la classe 5 (2,46) que dans l'ensemble de l'échantillon (2,4). Ces données statistiques pourraient être l'indication que les deux pistes de réflexion proposées ci-dessus sont complémentaires, c'est-à-dire qu'une partie des décisions de la classe 5 sont des décisions contraintes et que l'autre est constituée de décisions opportunistes.

Cette interprétation est cependant battue en brèche par l'examen détaillé des questionnaires retournés par les répondants de cette classe. En effet, lorsque la proposition concernant le niveau de contrainte pesant sur le choix de localisation a reçu une note élevée dans un questionnaire, il en est généralement de même pour la proposition concernant le caractère opportuniste du choix de localisation.

L'absence de réflexion préalable au choix de localisation au sein de cette classe s'expliquerait donc à la fois par le niveau important des contraintes pesant sur les entreprises et par le fait que la localisation choisie représentait une opportunité qui s'est présentée à elles et qu'elles ont saisi sans envisager réellement d'alternatives. La lecture attentive des questionnaires et des commentaires que certains d'entre eux contenaient, ainsi que les informations complémentaires obtenues auprès des répondants de cette classe lors d'entretiens téléphoniques ou en face-à-face, permettent de mieux comprendre comment ces deux caractéristiques se sont combinées dans leurs décisions.

L'impression générale qui ressort de cette étude est que les décisions de création de nouveaux sites regroupées au sein de la classe 5 sont plus subies que voulues par les entreprises. Les décideurs apparaissent en effet contraints, pour diverses raisons qui seront explicitées ci-après, d'opter pour ce type d'opération au détriment du *statu quo* géographique, solution qui aurait leur préférence s'ils étaient pleinement maîtres de leur choix. Tel n'est cependant pas le cas ici.

Le rôle des clients de l'entreprise : Entre pressions coercitives explicites et contraintes intériorisées

En premier lieu, comme cela a été mentionné plus haut, une part importante des choix de localisation de cette classe est contraint par la nécessité d'une proximité géographique avec des clients importants de l'entreprise concernée. Dans ces cas, la décision de créer un nouveau site apparaît comme une décision incidente, subordonnée à l'obtention de nouveaux contrats commerciaux par l'entreprise ou à la nécessité de conserver ses clients professionnels actuels, ce qui implique une proximité géographique avec leurs lieux d'activité.

Une forte proportion (bien que cette proportion ne soit pas significativement différente de celle de l'ensemble de l'échantillon) des décisions de cette classe concerne des sites de services (17 cas). Or, la proximité géographique est généralement une condition nécessaire à la délivrance de certains services annexes aux biens industriels et logiciels vendus (installation, études préalables, service après-vente et maintenance). Toutefois, cette exigence de proximité avec les clients importants de l'entreprise concerne également, dans une moindre mesure, des sites de production industrielle (12 cas) et des sites de logistique et stockage (5 cas). Il s'agit alors de réduire les délais de livraison et les coûts de stockage entre les différentes étapes successives du processus de production dans une filière, en particulier dans le cadre de la mise en place de systèmes de juste-à-temps étendus aux fournisseurs (notamment dans le secteur automobile, Florida et Smith, 1994).

Dans ces conditions, comment expliquer que les répondants de cette classe ne perçoivent pas le choix de localisation de leur entreprise comme significativement plus contraint que ceux des autres classes ? La réponse à cette interrogation réside probablement dans les formes très variables sous lesquelles s'expriment les contraintes affectant les décisions de la classe 5.

Dans certains cas, la recherche de la proximité géographique avec des clients assurant une part significative du chiffre d'affaires de l'entreprise découle d'exigences explicites plus ou moins pressantes formulées par certains de ces clients. Des répondants de cette classe ont ainsi signalé que leur entreprise n'avait effectué aucune recherche d'un lieu d'implantation pour son nouveau site dans la mesure où les terrains ou locaux d'activité nécessaires lui ont été proposés, ou plutôt imposés, par un client industriel important, à l'image de ce que pratiquent les constructeurs automobiles dans les parcs fournisseurs qu'ils ont créés sur des terrains adjacents à leurs usines d'assemblage. Les exigences exprimées par les clients imposent alors à l'entreprise, non seulement le principe de la création d'un nouveau site, mais

également le lieu d'implantation précis qu'occupera ce dernier. Il n'y a donc pas, à proprement parler, de choix de localisation.

Dans d'autres cas cependant, la décision de s'implanter ou de conserver une implantation à proximité de clients importants de l'entreprise ne découle pas de demandes explicites de leur part. Dans ces circonstances, le fait que la recherche de proximité clients ait constitué le principal guide du choix de localisation de leur entreprise n'est pas nécessairement perçu par les répondants comme une contrainte. Ils considèrent au contraire que ce choix résulte d'une démarche volontariste de la part de leur direction générale visant à améliorer la desserte de certains marchés ou clients locaux.

Cependant, derrière ce volontarisme apparent, des pressions peuvent s'exercer, de manière insidieuse, pour limiter la marge de manœuvre des décideurs et favoriser ainsi une homogénéisation, au sein d'un champ organisationnel donné, des comportements de localisation. Ce processus d'homogénéisation reflète avant tout l'action de mécanismes de sélection des entreprises par la jeu de la concurrence sur les marchés (Hannan et Freeman, 1977), ce que Di Maggio et Powell (1983) qualifient d'isomorphisme concurrentiel. Dans certains secteurs d'activité, les entreprises se trouvent en effet soumises, de manière implicite, à la nécessité d'implanter une partie de leurs activités à proximité des centres de décision ou des différents sites de leurs clients actuels ou potentiels pour pouvoir constituer ou conserver leur clientèle. Toute entreprise ne se pliant pas à cette exigence tacite court le risque de se faire évincer du marché par des concurrents qui auraient adopté un positionnement géographique garantissant à leurs clients une meilleure qualité de service.

Une certaine dose d'isomorphisme institutionnel, difficile à évaluer à partir des données dont nous disposons, vient se surajouter à ces phénomènes d'isomorphisme concurrentiel. Il semble en effet que certains des décideurs de cette classe obéissent à des normes institutionnalisées qui les conduisent à limiter d'eux-mêmes le nombre de lieux d'implantation alternatifs qu'ils peuvent envisager. Dans cette perspective, la création, par leur entreprise, d'une nouvelle implantation à proximité des sites de certains de ses clients importants peut être appréhendée comme une manière de se légitimer vis-à-vis d'eux. Elle constitue en effet un gage des efforts commerciaux et de service de l'entreprise et de l'attention qu'elle porte à sa clientèle professionnelle, actuelle ou potentielle.

En France, les comportements de localisation les plus institutionnalisés sont ceux qui perpétuent la traditionnelle dichotomie entre Paris et le « désert français »[102]. Plusieurs des

[102] Cette expression, passée dans le langage courant, était à l'origine le titre d'un livre paru en 1947 : GRAVIER J.-F. (1947), *Paris et le désert français*, Flammarion. Le force d'évocation que cette expression conserve

décisions de cette classe s'inscrivent dans le prolongement de cette dichotomie. De l'aveu même des répondants, la création ou le maintien (lors de transferts totaux) d'un site à Paris ou dans sa proche banlieue s'est en effet imposé à certains des décideurs de la classe 5 comme une évidence, notamment du fait de la proximité qu'offre ce choix de localisation avec les centres de décision de nombre d'entreprises françaises parmi les plus grandes. A cet égard, il est intéressant de noter que l'on trouve, parmi les entreprises de l'échantillon ayant souscrit à cette logique, des entreprises de réalisation de logiciels. Le PDG de l'une d'elles, basée dans la région lyonnaise, a ainsi noté en remarque dans le questionnaire retourné que la création d'« un établissement sur Paris est obligatoire » pour son entreprise parce que « les décisionnaires (clients) s'y trouvent ». Ce constat peut s'interpréter comme la volonté des entreprises de ce secteur d'activité d'assurer leur survie dans un contexte concurrentiel de plus en plus difficile. Il peut également être considéré comme un indice d'une institutionnalisation croissante de ce secteur. En effet, les acteurs du secteur, pris dans le tourbillon de la bulle Internet, ont dans les premiers temps prétendu que le recours aux Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) exonérait pour partie leurs entreprises des forces centripètes pesant sur les autres. Les résultats de l'enquête montrent toutefois que certains de ces acteurs ont depuis intériorisé les schémas spatiaux propres au monde de l'entreprise français dans son ensemble. Ils adoptent en conséquence des comportements de localisation similaires à ceux qui prévalent dans d'autres secteurs d'activité.

La création d'un nouveau site, une alternative contrainte au *statu quo* dans les implantations de l'entreprise

Cependant, seule une partie, certes significative, des opérations de création de nouveaux sites de la classe 5 ont été réalisées sous le poids de contraintes de nature commerciale. Les autres créations de nouveaux sites que comprend cette classe n'en sont pas moins imposées aux entreprises par des contingences extérieures à leur volonté, même si ces dernières ne sont pas toujours perçues par les répondants comme des contraintes en tant que telles.

C'est l'impossibilité de procéder à des extensions sur leurs sites existants, la fin de baux commerciaux ou encore l'inadaptation croissante des locaux occupés aux besoins de leurs activités qui a conduit ces entreprises à envisager la création d'un nouveau site. Toutefois, il s'agit, là encore, d'un deuxième choix. En effet, le maintien de leur entreprise sur

aujourd'hui montre la prégnance de cette représentation mentale du territoire français, prégnance à laquelle n'échappent pas les décideurs en entreprises.

ses implantations actuelles, au besoin en procédant à l'agrandissement de certains sites existants, aurait eu la préférence des décideurs, si tant est qu'ils eussent été totalement libres de leurs choix.

Globalement satisfaits des localisations présentement occupées par leur entreprise, ils n'entendent pas les remettre en cause. Le choix du lieu d'implantation du nouveau site ne constitue donc pas un paramètre sur lequel ces décideurs comptent jouer et ils affichent dans ce domaine une volonté très marquée de continuité, voire même d'immobilisme. En conséquence, ce choix est effectué de manière à réduire au minimum d'une part les ressources qui lui sont consacrées et, d'autre part, les perturbations que l'opération de création du nouveau site est susceptible d'occasionner dans le fonctionnement habituel de l'entreprise. Il s'agit notamment, pour les dirigeants de PME, de conserver un contrôle direct sur les activités concernées par le choix de localisation en évitant d'introduire une distance trop importante entre les différentes composantes géographiques de l'entreprise. Dans les grandes entreprises, il s'agit plutôt de préserver l'équilibre d'ensemble d'un réseau d'implantations (en particulier d'implantations commerciales) bien en place et que la direction générale ne souhaite pas, pour l'heure, remanier en profondeur.

Dans cette perspective, l'aire de recherche de la nouvelle localisation est d'emblée restreinte à un petit périmètre autour du ou des sites d'origine des activités transférées, pour les opérations de transferts, ou autour des sites dont l'extension avait été envisagée dans un premier temps, pour les créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités. L'éventualité du choix d'une nouvelle aire géographique n'étant pas même envisagée par les décideurs, il n'y a pas, dans ces cas, de réelle réflexion sur les caractéristiques du lieu d'implantation choisi ni sur leur concordance avec les besoins du nouveau site.

La relative diversité dans la nature des contraintes pesant sur les choix de localisation de la classe 5 explique probablement pourquoi le facteur de localisation « proximité de clients importants » n'a pas atteint le seuil défini pour être considéré comme caractéristique de la classe.

Le choix de la première opportunité immobilière qui se présente aux entreprises

Quelles que soient leur nature et leur forme, ces contraintes ont des effets similaires sur le processus de choix de la nouvelle localisation : Elles conduisent l'entreprise à restreindre l'échelle géographique de sa recherche du nouveau lieu d'implantation à une aire

de diamètre limitée autour des sites de ses principaux clients ou autour de certains de ses propres sites.

Or, trouver des bâtiments ou des locaux d'activité adaptés aux besoins du site et disponibles dans des délais brefs dans un périmètre aussi réduit n'est pas chose aisée. Les moyens consacrés par les entreprises de cette classe à la recherche de ces bâtiments ou locaux d'activité sont en outre limités étant donnée la faiblesse des enjeux financiers directement liés au choix de localisation (33 opérations de location sur 37 décisions) et la dimension réduite des sites concernés (moins de 10 salariés après un an d'activité dans 19 cas). Lorsque leurs nouveaux locaux ne leurs sont pas directement fournis par un de leurs principaux clients, les entreprises de la classe 5 tendent donc à saisir la première solution immobilière satisfaisante qui s'offre à elles, et ce d'autant plus facilement qu'elles n'ont pas d'exigences trop spécifiques en la matière, en particulier au regard de la petite taille des sites qu'elles projettent de créer. Et plus les contraintes pesant sur leur choix se font pressantes, plus les décideurs sont enclins à saisir la première opportunité immobilière qui se présente à eux.

Tableau 3.88 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 5 (n=37)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation		Aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics Coût de la main d'œuvre locale Qualité du contact avec les collectivités locales Qualité des infrastructures routières et/ou autoroutières locales Niveau des impôts locaux Main d'œuvre qualifiée disponible instantanément sur le marché du travail Existence de terrains à bâtir adaptés aux besoins du site Qualité des infrastructures locales de télécommunication Proximité d'un aéroport international Main d'œuvre peu ou pas qualifiée Origine locale d'un ou de plusieurs dirigeants de l'entreprise Réseau local de relations personnelles de dirigeant(s) de l'entreprise Main d'œuvre qualifiée susceptible d'être débauchée Coûts immobiliers Agrément du paysage et du climat Opportunités locales d'emploi pour les conjoint(e)s des salariés Proximité d'équipements de loisirs culturels et/ou sportifs Présence locale d'un centre de décision bancaire Volonté de réduire les temps de trajet domicile/travail des salariés du site Qualité du cadre de vie pour les salariés Proximité d'établissement(s) d'enseignement supérieur Présence locale d'activités de services aux entreprises Présence locale d'entreprises concurrentes Proximité d'un aéroport à desserte nationale Proximité de laboratoires de recherche Proximité d'infrastructures ferroviaires Proximité des sources de matières premières agricoles et/ou minérales Présence locale d'autres sites similaires

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Facteurs de localisation (suite)		Proximité des fournisseurs ou des sous-traitants Relations privilégiées de dirigeant(s) avec des cadres administratifs et/ou des élus locaux Proximité d'un port maritime et/ou fluvial Relations privilégiées de dirigeant(s) dans les milieux d'affaires locaux Financement en capital par une société de développement régional Prestige et/ou visibilité de la localisation choisie
Modalités des variables illustratives nominales	Location de locaux d'activité ou bâtiments existants (33 cas) Effectif du nouveau site compris entre 1 et 9 salariés (19 cas) Aucune décision de localisation mise en œuvre à l'étranger par l'entreprise dans les 10 ans avant l'enquête (33 cas)	Opération d'achat de terrain(s) et de construction de bâtiment(s) (1 cas) Site de production de biens (12 cas) Au moins une décision de localisation mise en œuvre à l'étranger par l'entreprise dans les 10 ans avant l'enquête (4 cas)

3.5 L'étude des relations entre les facteurs de localisation pris en considération et les acteurs de la décision de localisation

Les principaux thèmes abordés dans le questionnaire ont fait l'objet de traitements statistiques séparés. Or, en entamant cette recherche, notre volonté était également de mettre en relation ces différents thèmes entre eux. Plusieurs procédures ont été successivement envisagées afin d'étudier les éventuels liens existants, au sein de l'échantillon, entre les facteurs de localisation utilisés, les acteurs des décisions de localisation étudiées et les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre de ces décisions. Comme le montre l'encadré méthodologique 4, les deux premières solutions envisagées se sont révélées irréalisables d'un point de vue strictement statistique. La mise en relation des différentes thématiques du questionnaire ne peut donc reposer que sur la réalisation de tris croisés entre les variables d'appartenance des observations aux classes issues des différentes Classifications Ascendantes Hiérarchiques thématiques.

Encadré méthodologique 4 :
Méthodologies envisagées en vue du croisement des CAH thématiques

Nous avons cherché à identifier les meilleurs outils statistiques permettant de synthétiser l'information issue des analyses thématiques réalisées précédemment. A cette fin, trois procédures ont été envisagées et testées :

La réalisation d'une Analyse en Composantes Principales synthétique

La première possibilité explorée impliquait la réalisation d'une ACP synthétique utilisant comme variables initiales l'ensemble des dimensions extraites de toutes les ACP thématiques réalisées précédemment. Cette ACP synthétique aurait été suivie de la réalisation d'une CAH synthétique. Cette solution nous est apparue, au premier abord, comme la plus logique puisqu'elle permettait d'utiliser une information déjà synthétisée. Elle présentait néanmoins l'inconvénient de démultiplier la perte d'information engendrée par les règles de suppression des items et de sélection des axes utilisées dans les ACP (sur ce thème, voir l'encadré méthodologique 2). En outre, la réalisation d'un telle ACP synthétique impliquait de s'assurer, au préalable, que l'ensemble des dimensions extraites des ACP thématiques étaient bien « factorisables » (Evrard et alii, 2000). Or, dans l'essai que nous avons effectué, la valeur du test KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) nous a clairement montré que tel n'était pas le cas (valeur du KMO<0,5 , Hair et alii, 1998). Cette alternative a donc été abandonnée.

La réalisation d'une Analyse en Composantes Principales globale

La méthode qui a ensuite été envisagée consistait à pratiquer une Analyse en Composantes Principales prenant comme variables initiales l'ensemble des variables utilisées dans les trois ACP thématiques. Cette solution présentait l'avantage de limiter la perte d'information associée, dans la solution précédente, à la réalisation d'ACP « emboîtées ». Elle nécessitait cependant de s'assurer que l'ensemble des variables prises en compte étaient bien factorisables. Or, de ce point de vue, le test KMO a encore une fois apporté une réponse négative (valeur du KMO<0,5). Cette deuxième méthode a donc également été abandonnée.

Le croisement des CAH thématiques

La dernière solution envisagée consistait en un simple croisement deux-à-deux des appartenances des observations aux classes issues des CAH thématiques dans des tableaux croisés. La réalisation de tests du chi-deux de Pearson permet alors de tester l'indépendance des appartenances aux classes thématiques (voir l'encadré méthodologique 1 pour une présentation détaillée de la procédure employée pour ce faire). C'est cette solution, simple à mettre en œuvre et effectivement réalisable statistiquement, qui a finalement été retenue.

Pour les entreprises du champ étudié, les choix de nouvelles localisations sont des décisions rares, peu structurées et dont les effets sur la performance demeurent ambigus. Dans ces conditions, la manière dont s'est déroulé le processus de décision est tout aussi susceptible d'influer sur la solution finalement retenue que les critères explicitement mis en avant pour expliquer l'adoption de cette solution.

Comme cela a déjà été souligné en préambule au chapitre précédent, une bonne compréhension des logiques sous-tendant les décisions de localisation étudiées ne peut venir que d'une prise en compte simultanée des facteurs de localisation qui les ont guidées et des caractéristiques des processus décisionnels dont elles sont l'aboutissement. Un certain nombre de ces caractéristiques, issues de l'enquête par questionnaire, ont été intégrées en qualité de variables passives dans l'analyse typologique dont les résultats sont présentés dans la section précédente. Pour compléter cette présentation, nous avons procédé au croisement des typologies en fonction des facteurs de localisation et des acteurs de la décision.

La valeur de la statistique du chi-deux associée à ce croisement est significative au seuil de 5% (tableau 3.89). Ce résultat constitue un premier enseignement important. Il indique en effet que des liaisons fortes existent entre les classes dégagées par les deux analyses typologiques thématiques.

Toutefois, l'analyse plus détaillée des liaisons existant entre les classes considérées deux à deux est rendue délicate par la taille disproportionnée de la classe 1 de la typologie en fonction des acteurs de la décision, puisque les observations qu'elle regroupe sont majoritaires dans toutes les classes en fonction des facteurs de localisation. Cette prédominance traduit la forte centralisation de la prise de décision par la direction générale qui caractérise l'échantillon dans son ensemble. Les classes de la typologie en fonction des facteurs de localisation se démarquent donc les unes des autres avant tout par le pourcentage plus ou moins élevé de décisions centralisées qu'elles comprennent.

Tableau 3.89 : Croisement de la typologie en fonction des facteurs de localisation avec la typologie en fonction des acteurs de la décision

		Typologie en fonction des acteurs de la décision				
	Classe	1	2	3	Total	Valeur du chi-deux
Typologie en fonction des facteurs de localisation	1	64,3%	21,4%	14,3%	100% (14)	18,362*
	2	70,6%	11,8%	17,6%	100% (17)	
	3	65,4%	34,6%	0%	100% (26)	
	4	85,7%	14,3%	0%	100% (7)	
	5	91,9%	5,4%	16,7%	100% (37)	
	Total	**77,7%**	**16,8%**	**5,9%**	**100% (101)**	

* Chi-deux significatif à 95%

Afin de compléter et d'affiner l'interprétation du croisement entre ces deux typologies, il a donc été décidé de revenir aux variables initiales utilisées pour réaliser la classification en fonction des acteurs de la décision de localisation. Il s'agit alors d'étudier, au moyen

d'ANOVA (voir plus haut, encadré méthodologique 1), les relations susceptibles d'exister entre, d'une part, l'appartenance des décisions aux classes de la typologie en fonction des facteurs de localisation et, d'autre part, l'importance du rôle joué par les différents acteurs internes et externes aux entreprises dans ces décisions.

Tableau 3.90 : Croisement entre le rôle des acteurs internes et externes dans la décision et l'appartenance aux classes de la typologie en fonction des facteurs de localisation

Acteurs de la décision de localisation	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	14	18	26	7	37	102		
Niveau de consensus dans la prise de décision	3,79	4,39	4,42	2,42	3,83	3,98	4,860	0,001
Rôle de la direction marketing / commerciale	0,43	2,17	0,23	0,71	0,95	0,89	4,265	0,003
Rôle du futur responsable du nouveau site	0,79	3,17	1,23	1	1,92	1,75	3,859	0,006
Influence des autres actionnaires	0	0	0	1	0,22	0,15	3,743	0,007
Rôle des salariés concernés par la décision	2,14	2,39	0,77	0,43	1,65	1,54	3,577	0,009
Rôle de la direction de la stratégie	0,36	1,72	0,73	0	0,35	0,67	3,201	0,016
Influence des administrations locales	0,43	0,33	0,92	0,57	0	0,39	3,137	0,018
Influence de fournisseur(s)	0,14	0,56	0,04	0	0	0,13	2,759	0,032

Ces analyses bivariées donnent des résultats significatifs pour un bon nombre d'acteurs initialement proposés aux répondants (tableau 3.90). Elles permettent ainsi d'enrichir considérablement les informations fournies par le croisement direct de l'appartenance aux classes issues des deux typologies thématiques. Les apports de ces différents traitements statistiques à l'interprétation de chacune des classes issues de l'analyse typologique sur les facteurs de localisation utilisés par les décideurs sont synthétisés dans les sections suivantes.

Classe 1

La classe 1 se caractérise en premier lieu par le rôle relativement important joué dans le processus de décision par les salariés les plus directement concernés (tableau 3.89 et surtout

tableau 3.90). Toutefois, cette caractéristique ne s'applique que lorsque lesdits salariés sont présents dans l'entreprise préalablement au choix de la nouvelle localisation, c'est-à-dire essentiellement dans le cadre des opérations de transferts d'activités qui représentent 10 des 14 observations de cette classe. La volonté de conserver les salariés en place à l'issue du transfert n'en apparaît que plus réelle. Ainsi, l'attention portée par les décideurs de cette classe aux conséquences de leur choix de localisation sur la qualité de vie du personnel concerné s'accompagne d'une réelle implication de ce dernier dans le processus de décision.

Il est toutefois difficile d'envisager que les salariés aient un quelconque pouvoir de décision. Leur rôle dans le processus de prise de décision est plutôt consultatif. La consultation directe des salariés concernés permet à la direction générale d'acquérir une connaissance plus fine de leurs attentes réelles en la matière. Elle est ainsi plus à même de porter son choix sur une solution susceptible d'emporter l'adhésion du plus grand nombre. La taille relativement réduite de nombre des entreprises de la classe 1 facilite cette consultation directe et informelle. Le processus de prise de décision est par ailleurs extrêmement centralisé au niveau de la direction générale qui prend directement à sa charge non seulement la décision finale, mais également l'intégralité de l'effort de recherche et de sélection de la nouvelle localisation. Cette mainmise de la direction générale sur la prise de décision laisse à penser que le jugement propre du dirigeant de plus haut rang, seul décideur en dernier ressort, pèse d'un poids bien plus grand dans le compromis qui est finalement réalisé entre les desiderata des différents individus concernés. Les convenances personnelles du décideur sont particulièrement susceptibles d'avoir prévalu dans les cinq décisions de localisation de sièges sociaux que compte cette classe.

L'influence des acteurs publics, en particulier de la sphère politique (dans le tableau 3.89, classe 2 de la typologie selon les acteurs de la décision), s'exerce pour sa part exclusivement sur les décisions de localisation correspondant à des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités, alors même que le rôle des salariés en place est logiquement, dans ces cas, très réduit.

Classe 2

Cette classe comporte, comme la précédente, une proportion relativement élevée d'observations appartenant à la classe 3 de la typologie selon les acteurs de la décision (tableau 3.89). La lecture du tableau 3.89 révèle en effet l'existence de similitudes importantes entre les processus décisionnels de ces deux classes. Elle permet également de les distinguer l'une de l'autre. La principale similitude réside dans le fait que l'importance

accordée, au sein de la classe, aux critères de choix visant à la satisfaction des salariés de l'entreprise par l'amélioration de leur qualité de vie s'accompagne également d'une réelle implication des salariés concernés dans le processus décisionnel.

Cette deuxième classe se distingue toutefois de la classe 1 par le rôle particulièrement important joué dans le processus de prise de décision par le futur responsable du nouveau site. Ce résultat s'explique par la prédominance, au sein de cette classe, des opérations de transferts totaux d'activités sur de nouveaux sites (11 cas sur 18). Dans ces cas, le futur responsable du nouveau site est souvent également le responsable du site d'origine des activités transférées. Or, la volonté des dirigeants de l'entreprise de conserver les activités transférées à proximité des clients et des marchés qu'elles desservent les conduit à restreindre d'emblée l'éventail des lieux d'implantation envisagés à une seule et même commune ou agglomération urbaine. Dans ce cadre géographique strictement délimité, ils préfèrent ensuite s'en remettre aux responsables de sites en poste localement pour mener à bien la recherche de locaux d'activité ou de bâtiments satisfaisants aux attentes préalablement définies. Ce faisant, les directions d'entreprises comptent sur la bonne insertion de ces responsables de sites dans leur environnement local pour faciliter et accélérer cette recherche. Ces derniers peuvent ainsi faire jouer leurs réseaux localisés de relations personnelles afin de trouver dans les meilleurs délais une solution susceptible de satisfaire leur direction générale. Cette délégation a en effet ces limites. Le choix de localisation final demeure la prérogative de la direction générale de l'entreprise qui donne (ou non) son approbation aux solutions proposées par les salariés en charge de la recherche du nouveau lieu d'implantation.

Cette représentation du processus décisionnel s'applique également aux cas où la création du nouveau site correspond, pour l'entreprise, à une entrée sur un nouveau marché. Dans ces circonstances particulières, la direction générale procède d'abord au choix de l'aire de marché visée. Elle délègue ensuite la recherche de locaux adaptés dans la zone centrale, en termes d'accessibilité, de cette aire de marché, au directeur fonctionnel concerné ou, lorsqu'il a déjà été désigné, au futur responsable du nouveau site. La solution trouvée doit en dernier lieu obtenir l'aval de la direction générale.

Dans le cadre des transferts totaux d'activités, la participation active des salariés au processus de prise de décision est facilitée par le rôle central qu'y joue le futur responsable du nouveau site, qui est souvent également responsable du site d'origine des activités transférées et peut à ce titre aisément recueillir les avis des salariés concernés. Elle est d'autant plus facilitée, voire encouragée, que le périmètre dans lequel doit être effectuée la recherche de la nouvelle localisation est très restreint.

Le même bémol que pour la classe 1 doit toutefois être apporté quant à la place réellement occupée par les salariés dans la prise de décision. En effet, il est légitime de penser, étant donnée la configuration des processus décisionnels de cette classe, que les convenances personnelles des décideurs les plus directement concernés (le futur responsable du nouveau site ou, dans les quatre décisions de localisation de sièges sociaux que compte cette classe, le dirigeant de l'entreprise) pèseront d'un poids bien plus lourd dans le choix de localisation final que les préoccupations individuelles des salariés lambda.

Classe 3

Le tableau 3.89 indique que cette classe comporte une proportion singulièrement importante de décisions de localisation appartenant à la classe 2 de la typologie en fonction des acteurs de la décision. Ce résultat n'est guère surprenant si l'on considère la proximité dans les caractéristiques des observations de ces deux classes. Dans les conditions bien spécifiques que définissent ces caractéristiques, les entreprises sont particulièrement susceptibles de rechercher l'assistance d'acteurs publics locaux pour concrétiser leur projet de nouveau site. En effet, la recherche d'avantages fiscaux, d'aides à l'implantation et d'un bon contact avec les collectivités locales constituent des guides importants pour les décisions de localisation de cette classe. Les décideurs de cette classe sont donc les plus prompts, au sein de l'échantillon, à entrer en contact, de leur propre chef, avec les collectivités locales. Ce faisant, ils s'exposent aux actions que celles-ci ne manqueront pas de mettre en œuvre pour les attirer dans leurs zones de compétences respectives. Il semble toutefois, notamment en vu du tableau 3.90, que l'efficacité de ces tentatives d'influence demeure relativement limitée.

Tout d'abord, toutes les entreprises de la classe 3 ne choisissent pas de recourir aux services des collectivités locales. Lorsqu'elles y font appel, elles ont souvent déjà présélectionné une aire géographique très restreinte (une agglomération urbaine, une commune, voire même un lieu d'implantation précis) avant même d'entrer en contact avec des représentants des pouvoirs publics. Dans ces circonstances, les collectivités territoriales sont sollicitées afin d'obtenir les meilleures conditions d'implantation possibles (en termes d'aides publiques, d'impôts locaux, mais également en termes fonciers) dans l'aire géographique prédéfinie. Toutefois, à ce stade du processus décisionnel, les choix de localisation ne peuvent généralement être influencés qu'à la marge.

Il convient enfin de noter que, en interne, les processus de prise de décision de la classe 3 sont remarquablement centralisés au sommet stratégique de l'entreprise.

Classe 4

La classe 4 est très atypique par les motivations guidant les décisions de localisation qui la composent. Correspondra-t-elle pour autant à des processus décisionnels spécifiques au sein de l'échantillon ? Elle se singularise d'abord par le niveau de consensus notablement faible dans la prise de décision (tableau 3.90). Néanmoins, ce résultat ne reflète vraisemblablement pas la manière dont les processus décisionnels se sont réellement déroulés. Une lecture attentive des questionnaires et les entretiens téléphoniques complémentaires que nous avons réalisé indiquent en effet que la question portant sur le niveau de consensus dans la prise de décision a été mal comprise par certains des répondants de cette classe, faussant ainsi la note d'ensemble obtenu sur cet item. Cela étant dit, la caractéristique la plus marquante de la classe 4 est l'extrême centralisation des processus de prise de décision par la direction générale des entreprises concernées. Cette caractéristique ne distingue toutefois guère cette classe des précédentes. A la différence prés que, dans ce cas, les décideurs sont à la recherche de ressources très spécifiques et localisées, notamment de connaissances techniques et scientifiques que seuls quelques lieux géographiques bien précis sont en mesure d'offrir à leur entreprise. Ils sont donc en quête de points d'accès à ces ressources, qu'ils obtiennent en faisant jouer leurs relations personnelles. On a donc affaire ici à des processus de prise de décision extrêmement personnalisés. Dans ces conditions, les décisions de localisation de la classe 4 sont avant tout guidées par la configuration géographique des réseaux sociaux des dirigeants d'entreprises qui contribue à limiter l'étendue géographique de leurs efforts de recherche. Les choix de localisation de cette classe sont en conséquence sensibles à d'éventuelles influences extérieures, en particulier celles des acteurs publics locaux.

A cet égard, on signalera la remarquable absence de pressions explicites de la part des actionnaires de l'entreprise comme de la part de ses bailleurs de fonds bancaires alors même que les critères financiers jouent un rôle déterminant dans les choix de localisation.

Classe 5

La très forte convergence entre la classe 5 de la typologie en fonction des facteurs de localisation et la classe 1 de la typologie en fonction des acteurs de la décision apparaît immédiatement à la lecture du tableau 3.89. Cette convergence signale que la première nommée regroupe des processus de prise de décision élémentaires où la réflexion en termes de localisation est réduite à sa plus simple expression, voire même complètement absente. Les

résultats de ces croisements confirment et renforcent ainsi l'interprétation qui a été faite plus haut de la classe 5.

Si l'économie de réflexion qui précède une partie de ces choix de localisation provient de la nécessité d'une proximité géographique forte avec certains clients de l'entreprise, cette contrainte est le plus souvent intériorisée. La note moyenne très faible (0,65) obtenue dans la classe par l'item « influence de client(s) » indique en effet que les décisions qu'elle contient sont assez rarement influencées par des pressions explicites de clients de l'entreprise. En revanche, les contraintes pesant sur certains des décideurs de cette classe sont essentiellement le reflet de pressions exercées par certains clients de leur entreprise[103]. L'écart-type élevé associé à cet item (1,67) signale en outre que, lorsque de telles pressions existent, elles s'exercent avec force.

Au sein d'un ensemble aussi vaste d'observations, il existe inévitablement une certaine variété. Il convient ainsi de distinguer, dans la classe 5, les décisions de localisation des PME de celles des grandes entreprises. La proportion des décisions du premier type est d'ailleurs identique dans cette classe et dans la classe 1 de la typologie en fonction des acteurs de la décision, avec un total de 71% dans les deux cas. Dans les PME, la prise de décision est fortement centralisée par la seule direction générale. Le processus de prise de décision se caractérise en outre par une implication notable des salariés concernés, la petite taille des entreprises favorisant la consultation directe et informelle du personnel par le dirigeant de l'entreprise. La faiblesse du rôle joué, dans cette classe, par les critères de qualité de vie des salariés, conduit cependant à douter de l'importance réelle de cette implication qui peut très bien s'apparenter à une consultation de pure forme réalisée après qu'une localisation se soit imposée à l'esprit du décideur.

La volonté de simplifier le processus de choix, en limitant notamment le processus de recherche, n'en est que plus pressante pour des dirigeants déjà surchargés de travail et peu accoutumés à ce genre d'exercice.

Par contraste, au sein des grandes entreprises, le rôle de la direction générale est moindre et celui du futur responsable du nouveau site bien plus significatif. La volonté de limiter les perturbations occasionnées par la création du nouveau site conduit les directions d'entreprises à restreindre d'emblée l'aire géographique de la recherche. Dans ces conditions, elles ne prennent guère de risques à confier, lors de transferts d'activités, la recherche de locaux ou de bâtiments adaptés à des responsables opérationnels implantés localement en

[103] Au sein de la classe 5, le coefficient de corrélation de Pearson entre les variables « niveau de contrainte pesant sur la décision » et « influence de client(s) » vaut 0,418. Il est significatif au seuil de 5%.

espérant que le leur présence sur place facilitera l'identification d'une solution acceptable dans les délais impartis.

3.6. Mise en relation de la typologie selon les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale avec la littérature

Le lecteur aura sous doute noté que les cinq classes dégagées par la typologie sur les facteurs de localisation pris en considération par les décideurs à l'échelle infra-nationale n'ont pas été nommées. La complexité des logiques de choix que chacune d'elles regroupe rend en effet difficile la formulation d'un énoncé court permettant de les désigner sans pour autant les simplifier de manière excessive.

La confrontation des résultats obtenus avec les travaux antérieurs fournit l'opportunité à la fois d'approfondir l'analyse des catégories de logiques ainsi distinguées et d'en proposer une vision synthétique.

3.6.1. Mise en relation de la typologie avec les typologies préexistantes

Il n'est pas aisé d'établir des relations directes entre les résultats empiriques présentés dans ce chapitre et la littérature, pourtant volumineuse, traitant des déterminants des choix de nouvelles localisations par les entreprises.

En effet, les quelques typologies proposées (Dunning, 1992 ; Beckmann, 1999) ne couvrent qu'une partie des situations de décision étudiées, celles sur lesquelles s'est concentrée l'attention des chercheurs, à savoir les décisions de localisation de nouvelles usines (négligeant ainsi les caractéristiques propres aux opérations de transferts d'activités) à des échelles inter-régionales (en économie spatiale, Polèse, 1994) ou internationales (en management international, Dunning, 1992, 1998).

Elles s'apparentent en outre non pas à des taxinomies fondées sur une analyse directe de la réalité empirique mais plutôt à des exercices théoriques de catégorisation aboutissant à la production d'idéaux-types purs, généralement emprunts de rationalité économique. Dans les faits, et leurs auteurs le reconnaissent bien volontiers (Dunning, 1992), il est difficile de retrouver de tels idéaux-types. Au vu des résultats obtenus sur notre échantillon, les choix de nouvelles localisations par les entreprises industrielles et de réalisation de logiciels résultent plutôt de compromis entre des logiques multiples, voire antagonistes (Perreur et Schärlig, 1994). Cela n'exclut toutefois pas la présence, au sein de ces compromis, de dominantes qui

autorisent un rapprochement des classes extraites par la procédure de classification avec les logiques-types distinguées dans la littérature.

a. Classe 1

Les logiques de choix de localisation réunies au sein de cette première classe sont structurées autour de la volonté des entreprises de recruter ou de retenir une main d'œuvre disposant de qualifications bien spécifiques, que celles-ci proviennent d'une formation initiale poussée ou de savoir-faire acquis par les individus tout au long de leur parcours professionnel. On ne peut donc guère les caractériser de *labor oriented* puisque Beckmann (1999) utilise ce qualificatif pour désigner des choix de localisation motivés en premier lieu par la recherche d'une main d'œuvre, pas nécessairement très qualifiée ni très spécialisée, mais dont le coût est relativement faible. Il s'agit plutôt ici de décisions du type *strategic asset seeking*[104] (Dunning, 1998) ou, de manière plus précise, *knowledge seeking* (Chung et Alcacer, 2002) au sens où les entreprises concernées souhaitent, au travers de leurs choix de localisation, accéder ou préserver leur accès à certaines connaissances particulières en procédant localement à l'embauche de nouveaux salariés ou, dans le cadre d'opérations de transferts d'activités, en conservant les salariés en place (Lorenzen et Mahnke, 2002).

b. Classe 2

Les décisions de la classe 2 sont majoritairement du type *market seeking* au sens où elles sont guidées par la volonté de « développer ou de protéger des marchés existants ou d'exploiter ou de pénétrer de nouveaux marchés » (Dunning, 1992, p. 58). Néanmoins, ces logiques d'accés aux marchés s'appliquent pour l'essentiel à des sites de services. Elles ne peuvent donc totalement être assimilées à cette catégorie qui concerne exclusivement, dans l'esprit de Dunning, les implantations industrielles et repose de ce fait en grande partie sur une logique de minimisation des coûts de transport des biens physiques entre les unités de production et le ou les marchés visés. S'agissant essentiellement de sites de services industriels, les considérations d'ordre logistique interviennent dans les décisions de cette classe. Elles sont cependant couplées à des logiques de présence commerciale, de couverture du territoire et d'accompagnement des clients locaux avant (études, adaptation du produit

[104] Le classement par Dunning des décisions de localisation destinées à permettre l'accès à de nouvelles connaissances, technologiques ou managériales, localisées est quelque peu flottant. Alors qu'il inclut ce motif dans la catégorie des Investissements Directs à l'Etranger de type *resource seeking* dans sa typologie de 1992, il qualifie, dans son article de 1998, cette catégorie de décisions de *strategic asset seeking*. C'est cette dernière

vendu à leurs besoins spécifiques) et après l'achat (installation, après-vente, maintenance) plus caractéristiques des activités de services (Mérenne-Schoumaker, 1996).

Toutefois, le caractère composite de cette classe, qui a déjà été souligné plus haut, invite à relativiser l'orientation-marché des logiques de choix qu'elle contient. Si cette interprétation s'applique tout à fait aux décisions de localisation de sites de services, il n'en est pas de même pour les autres observations. L'ensemble des observations de la classe 2 est plutôt uni autour de la préférence manifeste des décideurs pour des aires géographiques connues. Qu'elle prenne la forme de comportements mimétiques ou du recours, par les décideurs, à leurs réseaux de relations personnelles, cette préférence guide et contraint tout à la fois leurs choix de localisation. Elle vise à faciliter la mise en œuvre des décisions, notamment sous leurs aspects immobiliers, sans que l'on puisse dire pour autant qu'elle soit spécifiquement destinée à diminuer l'incertitude associée à l'implantation des entreprises dans des aires géographiques qui leurs sont méconnues.

c. Classe 3

Les décisions de localisation de la classe 3 apparaissent, à première vue, guidées par des motivations de type *resource seeking* (Dunning, 1992), les ressources recherchées étant en l'occurrence constituées par une main d'œuvre peu ou pas qualifiée abondante et relativement bon marché. Pourtant, le fait que les choix de localisation de cette classe ne reposent pas plus que ceux de l'échantillon dans son ensemble sur des logiques de comparaison de coûts entre localisations alternatives ainsi que l'importance accordée aux critères fonciers conduisent à relativiser leur orientation main d'œuvre (Beckmann, 1999). Ils semblent plutôt subordonnés, à l'échelle infra-nationale, à de logiques plus large d'investissement immobilier que ne prennent pas en considération les typologies proposées dans la littérature.

d. Classe 4

Avec toutes les précautions qu'inspire la petite taille de cette classe, les décisions de localisation qu'elle regroupe tendent à obéir à des motivations de type *strategic asset seeking* (Dunning, 1998) ou *knowledge seeking* (Chung et Alcacer, 2002). A la différence de la classe 1, l'accès aux connaissances localisées recherchées n'est pas envisagé uniquement au travers du recrutement sur place de nouveaux salariés, au besoin en les débauchant dans d'autres organisations. Il doit également se réaliser grâce à la mise en place de synergies avec des

classification, reprise par les recherches les plus récentes (Zaheer et Manrakhan, 2001 ; Chung et Alcacer, 2002)

organismes de recherche locaux. Cette dernière est facilitée par la proximité géographique qui accroît les possibilités de contacts physiques en face-à-face et permet ainsi la transmission de la partie tacite des connaissances techniques et scientifiques (Loilier et Tellier, 2003). Dans le prolongement de cette logique, les choix de localisation de la classe 4 sont également destinés à accéder aux structures locales de financement (notamment les sociétés de capital-risque) qui accompagnent les concentrations d'activités basées sur les connaissances.

Dans ce cadre, l'utilisation, par les décideurs, de leurs réseaux sociaux est de nature à permettre de contourner les barrières sociales à l'entrée qui sont susceptibles d'empêcher les entreprises extérieures à une agglomération d'activités innovatrices d'accéder aux connaissances construites localement au travers de processus collectifs (ce que Lorenzen et Mahnke, 2002, qualifient de *liabilities of foreignness*) sans pour autant être contraints de procéder à l'acquisition d'une entreprise déjà implantée localement.

e. Une pertinence très partielle du cadre conceptuel utilisé

L'analyse des quatre premières classes issues de la typologie sur les facteurs de localisation utilisés par les décideurs à l'échelle infra-nationale signale la pertinence, pour l'explication des comportements de localisation des entreprises industrielles et de réalisation de logiciels, du cadre conceptuel utilisé dans cette thèse et qui associe logiques économiques et aversion pour le risque associé au choix d'une localisation méconnue. En effet, dans deux de ces quatre classes, les raisonnements strictement économiques apparaissent tempérés par un recours à des comportements explicites de préférence des décideurs pour des aires géographiques sur lesquelles ils disposent, d'une manière plus ou moins directe, de « connaissances expérientielles ».

Les résultats de la typologie apportent ainsi une confirmation (partielle), par une autre méthode, des résultats des travaux empiriques préexistants. Ils rejoignent en effet les résultats des recherches réalisées sur les modalités d'expansion spatiale de certaines chaînes d'établissements de services aux particuliers (Baum et alii, 2000 ; Greve, 2000 ; Liarte, 2004) qui signalent l'interdépendance des choix de localisation entre entreprises concurrentes au travers de stratégies de contacts multimarchés et de comportements de mimétisme. Les résultats obtenus étendent en outre ces apports aux réseaux de sites de services aux entreprises.

---

qui a été retenue ici.

A l'inverse, les caractéristiques des classes dégagées n'indiquent pas, contrairement à la littérature (Delios et Hénisz, 2001 ; Guillen, 2002), la présence de comportements mimétiques significatifs dans les choix d'implantation de nouvelles unités de production industrielle par les entreprises du champ étudié.

Ces résultats ouvrent également des pistes de recherche nouvelles. L'idée selon laquelle leurs réseaux sociaux peuvent être mobilisés (ou instrumentalisés, Huault, 2004) par les dirigeants afin d'insérer leur entreprise dans des processus localisés de production et de diffusion de connaissances mérite tout particulièrement d'être approfondie. Cette idée s'appuie en effet sur l'analyse d'un nombre trop faible de cas (la classe 4 ne compte que 7 observations qui en outre ne se conforment pas toutes à cette logique-type de choix de localisation) pour assurer la validité externe des résultats obtenus d'une part, et pour comprendre clairement les tenants et les aboutissants de ces comportements de localisation d'autre part. La présence, dans cette classe, de la seule entreprise de l'échantillon appartenant au secteur de la recherche et développement en sciences physiques et naturelles peut en particulier avoir influé sur ses caractéristiques. L'activité des entreprises de biotechnologie les rapproche en effet de la recherche universitaire. Ce rapprochement explique la forte propension des entreprises de ce secteur, même pour les plus petites, à tisser des relations avec des chercheurs universitaires distants (Audretsch et Stephan, 1996). Il s'agit là d'une piste de réflexion intéressante.

La pertinence du cadre conceptuel adopté semble cependant toute relative puisque les deux classes dans lesquelles apparaissent des comportements explicites de préférence pour les localisations connues ne regroupent, ensemble, que 25 observations, soit moins du quart de l'effectif global de l'échantillon.

Une première analyse superficielle conduirait donc à conclure que, au sein du champ étudié, les perceptions spatiales des décideurs n'influent de manière significative sur leurs choix de localisation qu'en de rares occasions et dans le cadre de situations de décision bien particulières.

3.6.2. L'existence dans l'échantillon de lignes de partage qui n'apparaissent pas dans l'analyse typologique

L'étude des classes 1 à 4 de la partition permet de constater que la procédure de Classification Ascendante Hiérarchique restitue avant tout la contingence fonctionnelle des logiques de choix de nouvelles localisations. Au vu des caractéristiques de ces différentes classes, les entreprises de l'échantillon ayant atteint une taille suffisante pour pouvoir

dissocier géographiquement les différentes fonctions qui les composent (production de biens, services, recherche et développement…) semblent procéder au choix du lieu d'implantation de chacune d'elles de manière à satisfaire au mieux aux exigences techniques et économiques de fonctionnement qui leurs sont propres (Fischer, 1994). Ce résultat est le reflet du large éventail d'activités couvert par l'analyse.

Cette contingence fonctionnelle apparente masque toutefois l'existence, au sein de l'échantillon, d'autres lignes de partage qui traversent les classes et conduisent à relativiser la première impression générale de rationalité substantive.

Ces lignes de partage sont visibles dés les traitements statistiques bivariés pratiqués sur les caractéristiques des processus de prise de décision (voir partie 3, chapitre 2, section 2.1.) et sur les critères de choix utilisés (voir la section 3.2. du présent chapitre). Elles transparaissent également au travers du caractère composite de la classe 2. C'est toutefois la classe 5 qui signale leur présence de la manière la plus évidente.

a. Le cas particulier de la classe 5 : des logiques, parfois contrariées, de continuité spatiale

Toute tentative de rapprochement avec les typologies existantes s'avère infructueuse pour la classe 5 alors même que cette dernière comprend plus du tiers des observations de l'échantillon. Cette classe révèle ainsi la partialité et, de ce fait, les limites de ces typologies pour la compréhension des comportements de localisation des entreprises, en particulier des entreprises industrielles.

En premier lieu, les typologies citées tendent à ne prendre en considération que les logiques présidant à la localisation des unités de production industrielle. Ces dernières sont toutefois minoritaires au sein de la classe 5 où les sites de services prédominent (17 cas contre 12).

D'autre part, les tentatives de classification proposées par la littérature limitent leur champ aux seules décisions de localisation se traduisant, pour l'entreprise concernée, par l'entrée dans une nouvelle aire géographique de grande taille (région ou pays). Or, les observations de la classe 5 de la typologie en fonction des facteurs de localisation correspondent précisément à des décisions d'implantation à l'intérieur de régions dans lesquelles les entreprises disposent d'une présence préalable (28 cas) sans qu'il y ait de prise en compte explicite d'aires géographiques alternatives (dans 34 cas sur 37 la recherche du lieu d'implantation du nouveau site a été restreinte à une zone de dimension inférieure ou égale à celle d'une région française). Les décisions de cette classe s'inscrivent donc dans une logique

de continuité par rapport à la structure spatiale préalable de l'entreprise, c'est-à-dire qu'elles se caractérisent par un niveau élevé d'inertie spatiale ou, inversement, par un faible degré de mobilité de la part des entreprises.

Cette logique de continuité concerne en premier lieu les PME, et ce quelle que soit la nature des activités à localiser. Elle s'applique également, au sein des grandes entreprises, aux sites de services et de transport et logistique.

Néanmoins, une minorité des décisions de localisation de la classe 5 représente des ruptures avec la trajectoire spatiale antérieurement suivie par l'entreprise, la conduisant à une première implantation dans une nouvelle région, voire même dans un nouveau pays. Ces choix apparaissent cependant contraints par des logiques d'isomorphisme institutionnel comme en témoigne l'étroitesse de l'ensemble des possibles pris en considération par les décideurs (Di Maggio et Powell, 1983). Le choix du lieu d'implantation du nouveau site n'est plus motivé par des considérations internes à l'entreprise, au premier rang desquelles figure sa trajectoire territoriale passée. L'éloignement du lieu d'implantation du nouveau site par rapport aux implantations existantes de l'entreprise s'explique alors par sa volonté d'acquérir une certaine légitimité au sein de son champ organisationnel et plus particulièrement auprès de ses clients, actuels ou potentiels. Elle tend ainsi, sous l'effet de pressions extérieures plus ou moins explicites ou par mimétisme à adopter des comportements de localisation similaires à ceux des autres acteurs de son champ.

Dans le domaine des services aux entreprises, il est des lieux incontournables où les entreprises doivent être présentes si elles souhaitent se faire une place sur leur marché (Mérenne-Schoumaker, 1996). En France, ce rôle est tenu par la région parisienne, en raison notamment de la concentration des centres de décision qui la caractérise. Les résultats de l'enquête montrent que cette logique s'applique, dans une certaine mesure, pour les sites de services industriels. Ainsi, après que son entreprise eut décidé d'entrer sur un nouveau marché industriel, l'Ile-de-France s'est imposée naturellement à l'esprit d'un des répondants de la classe 5 pour l'implantation du premier site de services de son réseau en voie de constitution.

En matière de production industrielle, cette quête de légitimité a conduit certaines des entreprises de la classe 5 à consentir, en relation avec une transaction commerciale spécifique, à investir dans des actifs géographiquement spécifiques (ou *site specific*, Williamson, 1985) en créant une nouvelle unité de production adjacente au site du client qu'elles fournissent en pièces détachées ou en produits semi-finis.

Les décisions de la classe 5 dans leur ensemble sont donc marquées par la volonté, parfois contrariée, des décideurs de reproduire les choix de localisation antérieurs de leur entreprise en demeurant dans les limites étroites de l'« espace de travail » (Joffre et Koeing, 1985) qu'elle s'est construit au fil du temps. Cette absence de remise en cause des choix de localisation antérieurs exprime en partie et de manière implicite l'aversion des décideurs de la classe pour les complications et les incertitudes qui accompagnent toute modification significative des implantations de leur entreprise.

b. L'inertie spatiale, caractéristique dominante de l'échantillon

La tendance à l'inertie spatiale n'est pas spécifique à la classe 5. Il s'agit en effet d'un trait dominant de l'échantillon dans sa globalité qui traverse l'ensemble des classes dégagées par la classification. Elle suggère l'existence, dans le champ sectoriel étudié, d'une aversion forte des décideurs pour la mobilité géographique, du moins au travers de la création de nouveaux sites.

Des entreprises ancrées dans le territoire

L'impression d'ensemble qui ressort de l'échantillon de réponses est que les entreprises du champ étudié sont bien loin du modèle de la « firme volatile » (Zimmermann, 1998) modifiant ses implantations de manière relativement libre au gré des variations des contraintes techniques et économiques qui pèsent sur elle. Elles paraissent plutôt se conformer à la représentation de l'entreprise comme une « firme nomade » inscrivant son comportement de localisation dans le temps long et disposant de ce fait d'un ancrage territorial fort. Elle ne se dépare de cet ancrage territorial que de loin en loin, lorsque les évolutions environnementales font que les bénéfices perçus associés à la mobilité géographique surpassent les risques et les coûts cachés que celle-ci comporte.

Globalement, cette mobilité, qu'elle se traduise par l'investissement de nouvelles régions ou de nouveaux pays par l'entreprise ou bien par la réalisation de transferts d'activités d'une grande ampleur en termes de distance parcourue (Chanteau, 2001), apparaît très rarement au sein du champ étudié. Elle survient en outre dans des circonstances bien particulières :

- lors de certaines phases très circonscrites du développement de l'entreprise (création d'un réseau de sites de services, diversification vers des marchés nouveaux en termes géographiques ou de produits) ;

- lorsque des évolutions importantes survenues dans l'environnement concurrentiel de l'entreprise la contraignent à consentir à des ajustements importants de ses localisations afin d'accéder, au travers de l'entrée dans de nouvelles aires géographiques, à des ressources locales nouvelles, complémentaires à celles déjà détenues ou à des ressources similaires mais à un coût moindre que précédemment.

Outre les contraintes logistiques substantielles qui pèsent sur la plupart des activités étudiées, l'inertie spatiale particulièrement forte qui caractérise l'échantillon a deux origines principales : la prédominance numérique des opérations de transferts d'activités, d'une part, et des PME d'autre part.

Transferts d'activités et risques de pertes de compétences

Dans le cas des opérations de transferts, une deuxième source d'incertitude s'ajoute à celle associée à l'implantation dans un environnement local nouveau. Tout transfert d'activités, qu'il s'effectue d'ailleurs vers un nouveau site ou non, risque en effet d'entraîner une détérioration voire une rupture des relations privilégiées entretenues par l'entreprise, sur le site de départ, avec les salariés employés localement mais aussi avec des clients, des fournisseurs locaux voire même avec les collectivités locales (Mérenne-Schoumaker, 2002). Ce risque augmentant proportionnellement à l'ampleur géographique du transfert, les entreprises tendent à restreindre leurs déplacements d'activités à de petits périmètres autour de leurs implantations existantes.

Il semble toutefois que, au sein de l'échantillon, la contrainte la plus forte à la mobilité en cas de transfert concerne la conservation du personnel en place, en particulier lorsque celui-ci dispose de savoir-faire et de compétences spécifiques difficilement remplaçables[105]. Il est particulièrement difficile pour les directions d'entreprises d'anticiper correctement les départs de salariés qu'une opération de transfert est susceptible d'occasionner[106], ceux-ci s'apparentant de ce fait à des coûts cachés pour l'entreprise. Dans ces conditions, le processus de décision de localisation est en grande partie axé sur la mise en concordance des intérêts de

[105] Il convient de signaler que ces savoir-faire et compétences spécifiques ne s'expriment pas uniquement au travers du statut de cadre des salariés concernés par la décision ou au travers des diplômes qu'ils détiennent (voir l'interprétation de la classe 1 de la typologie en fonction des facteurs de localisation).

[106] Ainsi, un des répondants à l'enquête nous a indiqués, lors d'un entretien complémentaire, que deux salariés importants avaient décidé de quitter la société suite à sa décision de déménager son site principal d'une grande ville de province, pourtant desservie par le TGV, vers Paris et que ce double départ constituait à la fois un gros problème pour l'entreprise et une grande surprise pour sa direction. En effet, si ce problème de turn-over n'avait pas été signalé dans le questionnaire, c'est que, lorsqu'il avait été complété, le fait que les salariés concernés accepteraient le transfert géographique de leur poste de travail semblait acquis.

l'entreprise et des préférences individuelles des salariés qu'elle emploie localement, quitte à ce que la direction consente à des concessions par rapport à sa solution préférée (Malecki et Bradbury, 1992). Pour ce faire, les directions des entreprises concernées tendent à limiter le processus de recherche de la nouvelle localisation aux environs immédiats du ou des sites d'origine des activités transférées, ces comportements de recherche aux environs de l'existant étant, selon Cyert et March (1963), plus à même de susciter le consensus en interne. Elles associent également de manière plus ou moins directe les salariés à la prise de décision, ce qui constitue une sorte de signal de la prise en compte de leurs préoccupations individuelles et égocentrées (Chanteau, 2001).

Cette logique de recherche active du consensus interne autour de la solution retenue s'applique avec particulièrement de force dans le cas des transferts totaux, comme en atteste l'inertie qui les caractérise. La réalisation des transferts partiels peut quant à elle s'appuyer, au moins en partie, sur une démarche de volontariat du personnel en place, pourvu que les incitations adéquates soient mises en place.

La forte inertie spatiale qui caractérise les transferts d'activités de l'échantillon signale le caractère peu réversible des décisions de localisation d'entreprises, au sens où nous les avons définies. Ainsi, les caractéristiques de la classe 1 démontrent que, même lorsqu'il existe une grande plasticité *a priori* dans les choix de localisation d'une entreprise, une fois qu'une solution a été choisie, celle-ci ne peut être modifiée de manière significative sans que l'entreprise n'encourt des coûts irrécouvrables (*sunk cost*) parfois substantiels et, dans tous les cas, difficiles à évaluer *ex ante*, surtout en matière de main d'œuvre. On est ainsi en présence, à l'échelle des entreprises considérées individuellement, de phénomènes de *lock-in* géographiques (Zimmermann, 1995) comparables à ceux mis en avant par Arthur (1990) pour expliquer la formation d'agglomérations d'activités de haute technologie telles que la Silicon Valley. C'est avant tout la dépendance (perçue) de l'entreprise par rapport à la main d'œuvre employée localement qui expliquerait ces phénomènes à l'origine de son ancrage territorial (Zimmermann, 1998).

Au final, les enjeux d'opérations de transferts à l'échelle locale ne sont donc pas nécessairement moins importants du point de vue des directions d'entreprises que ceux des décisions d'entrée dans de nouvelles aires géographiques et leur caractère stratégique n'en est pas nécessairement moins affirmé, en particulier dans les quatre premières classes de la typologie. Ces comportements de reconduction des choix de localisation antérieurs (Joffre et Koenig, 1985 ; O'Mara, 1999) s'apparentent en effet généralement à des manœuvres délibérées et pleinement assumées de la part des entreprises (Martinet, 1990b). A ce titre, ils

méritent une attention particulière de la part des chercheurs en sciences de gestion et plus spécifiquement de la part des spécialistes en management stratégique.

Le caractère volontariste de ces choix inertiels apparaît explicitement dans les remarques que certains des répondants ont insérées dans les questionnaires retournés ou ont formulées lors d'entretiens complémentaires. Ainsi, le PDG d'une entreprise industrielle a reconnu avoir envisagé, lorsque sa principale unité de production française est devenue trop petite pour faire face à la croissance de son activité, la création d'un nouveau site à l'étranger dans un pays où les coûts de main d'œuvre seraient moindres qu'en France. Cette éventualité a finalement été écartée au profit d'un transfert de la production sur un nouveau site plus vaste que le précédent et situé seulement à quelques kilomètres de distance, après que le niveau des coûts locaux de main d'œuvre eut été jugé satisfaisant « pour l'instant ».

L'influence de l'encastrement local des dirigeants de PME sur leurs choix de localisation

Parmi les PME de l'échantillon, en particulier les plus petites, l'espace de travail de l'entreprise et l'espace « socio-cognitif » (Chanteau, 2001) de son ou de ses dirigeants, produit de leur parcours personnel et professionnel, apparaissent fortement imbriqués, en particulier lorsque ces dirigeants sont aussi les fondateurs de l'entreprise.

Cette imbrication est directement à l'origine de l'inertie spatiale particulièrement prononcée au sein de cette catégorie d'entreprises.

Nombre des PME de l'échantillon ont en effet été initialement implantées dans le milieu local d'origine de leurs dirigeants-fondateurs. Ce choix permet en particulier à ces derniers de mobiliser les réseaux sociaux dont ils disposent localement afin de réunir les ressources nécessaires à la concrétisation de leur projet entrepreunarial. Ce recours aux réseaux sociaux pour obtenir, ou conserver, un accès aux ressources dont l'entreprise à besoin tend ensuite à se perpétuer dans le temps. Dans ces conditions, l'encastrement de leurs dirigeants dans leur milieu local d'origine agit comme une contrainte sur le comportement de localisation des petites entreprises, en particulier des plus jeunes. Cet encastrement structural des dirigeants et de leur entreprise n'obéit cependant pas uniquement à une logique utilitariste d'obtention de ressources ou d'informations. Il permet également aux premiers nommés de satisfaire leurs besoins de reconnaissance sociale à l'échelle locale et il participe de la définition de leur identité personnelle (Huault, 2004)[107]. Dans ces cas, les logiques

[107] Cuadrado-Roura (1989, p. 480) parle à ce sujet de « circonstances d'attachement personnel à la zone ou à la région où est installée l'entreprise… ».

personnelles tendent à primer sur les logiques d'entreprises et il est possible de parler, de ce dernier point de vue, de choix de localisation « irrationels » (Méchin, 2001).

En effet, l'enracinement local des PME et de leurs dirigeants restreint l'ampleur des déplacements du site principal de l'entreprise, qui accueille son siège social, au fur et à mesure du développement de son activité. Il ne s'agit toutefois pas d'un phénomène spécifique aux petites entreprises (Hayter, 1997). Cependant, les effets structurants des réseaux sociaux des dirigeants de ces entreprises se conjuguent avec leur volonté de conserver un mode de direction centralisé et informel basé sur les mécanismes d'ajustement mutuel ou, plus souvent de supervision directe (Mintzberg, 1982) pour contraindre également les choix de localisation de nouvelles capacités géographiquement distinctes du siège.

Leur bonne insertion dans le milieu local permet néanmoins à ces dirigeants de profiter pleinement des ressources spécifiques qu'il recèle et de trouver ainsi d'autres modes d'ajustement aux évolutions de leur environnement technique et économique que la mobilité géographique (Romo et Schwartz, 1995). Ces ajustements peuvent toutefois se révéler insuffisants lorsque les changements environnementaux sont trop rapides ou d'une trop grande ampleur. Dans ce cas, les ressources de la niche géographique qu'elle occupe peuvent ne plus être à même de soutenir plus longtemps l'entreprise (Greve, 2000). Son inertie spatiale l'expose alors à des processus de sélection darwiniens (Hannan et Freeman, 1984).

La sélection par les marchés ne constitue toutefois pas une fatalité pour les entreprises spécialisées (Hannan et Freeman, 1977) dans une niche géographique particulière.

Les caractéristiques de la classe 4 et, dans une moindre mesure, de la classe 1 montrent ainsi que, loin d'être une contrainte, les réseaux sociaux de leurs décideurs peuvent offrir à des PME l'opportunité d'accéder à des ressources localisées distantes de leur milieu d'origine. Ces résultats tendent ainsi à montrer que les réseaux sociaux de leurs dirigeants sont effectivement susceptibles de constituer, dans le jeu concurrentiel, une ressource stratégique pour les entreprises familiales et entrepreunariales (Arrégle et alii, 2003). Tout dépend de la configuration géographique de ces réseaux sociaux. En effet, les individus disposant de niveaux élevés de qualification, ce que sont selon toute vraisemblance nombre de dirigeants des entreprises des classes 1 et 4, constituent une catégorie de la population active particulièrement mobile, à titre individuel, ce qui leur fournit l'occasion de constituer des réseaux de relations personnelles plus diversifiés géographiquement.

Par ailleurs, de petites structures peuvent utiliser, pour palier leur manque de mobilité intrinsèque, d'autres modes, plus souples, d'ajustement géographique, tels que la sous-traitance. Cette dernière solution offre en outre à l'entreprise des perspectives

d'affranchissement par rapport à son espace de travail historique d'une part, et par rapport à l'espace socio-cognitif de son ou de ses dirigeants, d'autre part[108].

L'étude de la manière dont des entreprises, en particulier de jeunes entreprises en développement, s'émancipent de leur milieu local d'origine constitue ainsi une voie de recherche particulièrement intéressante et qui mérite, à notre sens, d'être explorée plus avant.

c. Préférence pour les localisations connues et rationalité technico-économique dans les décisions de localisation à l'international

Le choix d'un lieu d'implantation à l'intérieur du pays d'accueil préalablement choisi

L'inertie spatiale constitue un comportement tellement prégnant au sein de l'échantillon que l'on est conduit à s'interroger sur la rationalité sous-jacente aux décisions lointaines et, plus particulièrement, aux décisions à l'international.

L'analyse des facteurs de localisation utilisés par les décideurs pour guider leur choix d'un lieu d'implantation précis à l'intérieur du pays d'accueil préalablement sélectionné pour leur nouveau site semble confirmer la pertinence de l'approche combinant logiques économiques et préférence pour les localisations connues (Belderbos et Carree, 2000).

En effet, lorsque l'entreprise dispose déjà de site(s) dans le pays d'accueil, le nouveau site tend à être implanté à proximité de son ou ses sites existants. Ainsi, un des répondants concernés a déclaré lors d'un entretien téléphonique avoir localisé sa nouvelle unité de production non pas au centre du marché national visé, ce qui aurait été sa solution préférée dans l'absolu, mais dans l'agglomération urbaine qui accueillait également le siège d'une entreprise locale que sa société avait récemment rachetée, ceci afin de faciliter la réalisation de la nouvelle usine, notamment grâce aux entrées dont disposaient les cadres de l'entreprise acquise auprès des collectivités locales. Cet exemple illustre bien la manière dont la préférence des décideurs pour les localisations connues peut infléchir, dans le cadre de décisions d'implantation productives à l'international, les raisonnements purement économiques sans pour autant se substituer à eux.

En l'absence de toute présence locale préalable, les entreprises s'implantant dans un pays totalement nouveau pour elles recourent plutôt à des comportements de mimétisme. Ceux-ci leurs permettent de faire face à l'indétermination économique existant à l'échelle

[108] C'est cette voie que semble avoir emprunté une des entreprises industrielles de la classe 1, dont le cas a déjà été évoqué, pour s'affranchir de son ancrage local. Elle a en effet utilisé la sous-traitance comme un moyen

infra-nationale, en particulier dans les pays les plus développés (Hayter, 1997) tout en limitant les risques d'erreur liés à leur méconnaissance de l'environnement économique, institutionnel ou culturel du pays d'accueil. Ainsi, imitation et reproduction des choix de localisation antérieurs paraissent réellement relever, au sein des grandes entreprises, de stratégies conscientes face aux situations d'incertitude fortes que constitue toute implantation dans un pays autre que le pays d'origine de l'entreprise.

Des indices pour une remise en cause plus fondamentale de la rationalité économique sous-jacente au choix du pays d'accueil

Il existe toutefois des indices permettant de remettre en cause de manière plus radicale la rationalité économique sous-jacente à certaines de ces décisions de localisation à l'étranger.

Lorsque la nouvelle unité de production est implantée dans un pays où l'entreprise disposait, sous une forme ou sous une autre, d'une présence préalable, cette implantation participe d'une logique d'engagement progressif de ressources (Johanson et Vahlne, 1977) généralement orientée vers la conquête ou la préservation d'une position commerciale forte sur le marché du pays d'accueil.

En revanche, la question de la rationalité du choix du pays d'accueil du nouveau site se pose clairement lorsque ce choix est motivé en premier lieu par l'accès à une main d'œuvre relativement bon marché.

En effet, des logiques institutionnelles interférent alors avec les raisonnements économiques essentiellement par le biais de pressions plus ou moins explicites exercées par de grandes entreprises industrielles sur leurs fournisseurs pour qu'ils suivent leur développement à l'international (Florida et Smith, 1994) et par les effets de démonstration qu'ont les choix de localisation de ces grands groupes sur les autres entreprises de leur champ organisationnel.

Ainsi, les activités de production industrielle, en particulier celles à fort contenu de main d'œuvre, ont fait l'objet, au cours des dernières décennies, de nombreux transferts sur de grandes distances. Ces transferts témoignent de l'engouement successif et généralisé des décideurs pour les pays du Maghreb puis, dans la foulée de la chute du mur de Berlin, pour les pays d'Europe Centrale et Orientale et enfin, ces dernières années, pour les pays asiatiques, aux premiers rangs desquels, la République Populaire de Chine.

---

d'explorer différentes pistes de développement à l'international avant de s'implanter en propre dans le pays qui lui est apparu, au vu de son expérience de sous-traitance, le plus apte à l'accueillir.

L'exemple de la Chine est particulièrement parlant. En effet, les milieux industriels français fleurissent aujourd'hui de déclarations péremptoires selon lesquelles « il faut être présent en Chine » sans pour autant que ces déclarations ne s'accompagnent d'une argumentation plus circonstanciée si ce n'est que…les autres entreprises du secteur y sont déjà implantées ou envisagent de s'y implanter.

L'adoption généralisée de ce type de solution par les entreprises d'un champ organisationnel leur confère ainsi une légitimité aux yeux des acteurs du champ qui impose aux dirigeants en même temps le choix de la mobilité géographique à l'exclusion des autres modalités d'ajustement envisageables pour faire face aux évolutions de leur environnement et une destination particulière (la République Populaire de Chine en l'occurrence) à l'exclusion des autres destinations potentiellement viables, sans pour autant que la supériorité économique de ces choix n'ait été démontrée.

Cet isomorphisme institutionnel est renforcé par les pressions éventuellement exercées par les autorités publiques[109] et, pour les entreprises cotées, par leurs actionnaires qui pourraient ne pas comprendre qu'elles fassent exception au mouvement général d'implantation d'activités industrielles en Chine (par exemple) qui prévaut dans leur secteur et sanctionner leur cours de bourse au cas où elles opteraient pour une autre option plus atypique.

Il s'agit toutefois là en partie de conjectures de notre part et cette piste de réflexion nécessite d'être approfondie.

[109] De ce point de vue, il suffira de faire référence aux admonestations adressées par Jacques Chirac aux PME françaises lors de sa récente visite officielle en République Populaire de Chine pour qu'elles investissent dans ce pays.

En guise de synthèse

Les statistiques descriptives concernant les facteurs de localisation pris en considération par les décideurs à l'échelle infra-nationale signalent d'emblée la grande diversité des logiques de choix étudiées. Celle-ci reflète en grande partie la variété des caractéristiques des observations. Les décideurs ont en effet tendance, dans l'échantillon, à choisir des lieux géographiques satisfaisant aux exigences techniques et économiques de fonctionnement des activités accueillies par le nouveau site. Ces logiques d'adaptation rationnelle sont toutefois tempérées par des comportements significatifs de préférence pour les aires géographiques connues. Parmi les PME, ces comportements favorisent l'inertie spatiale et renforcent l'encastrement de l'entreprise dans son milieu local d'origine qui est également souvent celui de son ou de ses dirigeants. Dans les grandes entreprises, des comportements mimétiques se font jour, en particulier lorsque le nouveau site constitue une première implantation de l'entreprise dans un nouveau pays.
La mise en œuvre, sur l'ensemble des items du questionnaire se rapportant aux critères de choix de la nouvelle localisation à l'échelle infra-nationale, d'une procédure couplée d'Analyse en Composantes Principales et de Classification Ascendante Hiérarchique permet de distinguer cinq grands types de logiques de choix au sein de l'échantillon. Les classes ainsi dégagées reflètent avant tout la contingence fonctionnelle de ces logiques de choix :

La première classe s'articule autour de la nécessité d'attirer ou de retenir la main d'œuvre qualifiée dont le nouveau site a besoin.

La deuxième classe n'est caractérisée que partiellement par la recherche d'une proximité géographique avec les marchés et les clients de l'entreprise. Elle est en fait structurée autour de comportements mimétiques et de la mobilisation, par les décideurs, de leurs réseaux de relations personnelles en vue de faciliter la mise en œuvre de la décision.

Les décisions de la troisième classe, qui concernent pour la plupart des nouveaux sites de production industrielle, sont subordonnées à des logiques d'investissement immobilier. Bien que la taille réduite de l'aire de recherche soit, dans la plupart des cas, peu propice au déploiement de calculs optimisateurs, les décisions de cette classe sont guidées par la volonté de réduire le poids financier que représente, pour l'entreprise, l'ouverture du nouveau site, en particulier en profitant d'aides à l'implantation de natures diverses.

La quatrième classe, de taille remarquablement réduite, signale la présence, dans l'échantillon, de logiques d'accès à des connaissances localisées et aux sources de financement associées couplées à un recours, par les décideurs, à leurs réseaux sociaux.

La cinquième classe regroupe des décisions précédées par une réflexion extrêmement succincte qui reflète, soit le poids de contraintes extérieures exercées notamment par des clients de l'entreprise, soit la volonté des décideurs de préserver le statu quo des implantations de leur entreprise.

L'analyse de cette dernière classe permet de retrouver certaines des lignes de partage signalées par les analyses bivariées et que l'analyse typologique n'a pas fait ressortir. Elle montre ainsi la pertinence de l'approche combinant logiques technico-économiques et préférence des décideurs pour les aires géographiques connues. Elle conduit également à une remise en question plus fondamentale de la nature de la rationalité sous-jacente à certaines des décisions étudiées, en particulier pour les premières implantations industrielles dans des pays étrangers.

Chapitre 4 : Les difficultés rencontrées lors de mise en œuvre de la décision de localisation

Présentation du chapitre

Le chapitre 4 regroupe les traitements statistiques appliqués au troisième grand ensemble thématique d'items du questionnaire, celui se rapportant aux difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions de localisation étudiées, tant avant qu'après l'ouverture effective du nouveau site. L'insertion de ces items dans le questionnaire était destinée à fournir, à partir des perceptions des répondants, une évaluation à court terme de la pertinence des choix de localisation effectués et, par conséquent, des processus décisionnels utilisés pour les mener à bien.

L'organisation de ce chapitre est similaire à celle du chapitre précédent.
Les statistiques descriptives des items se rapportant aux difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions étudiées sont présentées dans un premier temps (4.1.). Dans un deuxième temps, des analyses bivariées sont réalisées afin de déterminer si certaines situations de décision particulières ne sont pas à l'origine de difficultés spécifiques d'une importance significative (4.2.).
Des analyses statistiques multivariées (ACP puis CAH) ont ensuite été réalisées sur ce troisième ensemble thématique de variables en vue de dégager des groupes d'observations distincts en fonction de la nature et de l'ampleur des difficultés de mises en œuvre rencontrées (4.3. et 4.4.).
Enfin, ces groupes sont mis en relation avec les deux typologies thématiques réalisées précédemment afin d'étudier dans quelle mesure les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions prises sont attribuables aux processus décisionnels dont elles sont le résultat (4.5.).

L'évaluation des conséquences des choix de localisation étudiés sur le niveau de performance des entreprises concernées constitue un volet particulièrement important de cette recherche. Dans une perspective gestionnaire, une telle évaluation doit en effet permettre l'identification de comportements spatiaux plus ou moins bénéfiques pour les entreprises. Sans tomber dans le travers du *one best way* qui ne saurait rendre justice à la diversité des cas étudiés, il est ensuite possible de produire des préconisations à l'attention des praticiens.

Le travail d'évaluation présenté dans ce chapitre s'appuie sur l'appréciation subjective, par les répondants, des difficultés rencontrées par leur entreprise lors de la mise en œuvre de la décision de localisation qu'elle a prise. Malgré les risques importants de biais qu'elle comporte, cette approche subjective a été préférée à l'utilisation des mesures comptables ou financières de la performance en raison de lien bien plus ténu existant entre ces indicateurs « objectifs » et la décision de localisation (voir partie 1, chapitre 5). Il était en

outre difficile de trouver un indicateur disponible et pertinent pour l'ensemble très divers des situations de décision étudiées.

L'expression de « mise en œuvre de la décision de localisation » qui vient d'être employée ne doit cependant pas tromper. Les données collectées par questionnaire concernent en effet l'ensemble des difficultés rencontrées par les entreprises en relation avec la création de leur nouveau site. Il sera donc nécessaire, dans l'interprétation des traitements statistiques réalisés sur cet ensemble thématique de variables, de faire la part des difficultés directement imputables au choix du lieu d'implantation du site en question.

D'autre part, étant données les règles utilisées pour délimiter la population de décisions de localisation étudiées (voir la partie 2, chapitre 2), les réponses fournies portent, dans le meilleur des cas, sur le court terme, c'est-à-dire sur la période immédiatement postérieure à l'ouverture du nouveau site. Il faudra donc garder à l'esprit que les difficultés signalées durant cette période sont pour la plupart destinées à disparaître avec le temps.

Ces quelques précautions prises, il est maintenant possible de procéder à l'analyse des données collectées.

4.1. Analyses univariées

4.1.1. Les difficultés rencontrées dans la conduite du projet avant l'ouverture du nouveau site

De manière générale, le tableau 3.91 indique que les entreprises de l'échantillon ont rencontré remarquablement peu de difficultés dans la conduite de leur projet de nouveau site, avant l'ouverture de ce dernier. En effet, aucun des items proposés aux répondants n'a reçu une note moyenne supérieure à 1. Dans le détail, les principales difficultés rencontrées concernent des aspects pratiques en relation directe avec l'entrée en activité du nouveau site (« problèmes dans l'opération de déménagement/d'emménagement », mais également « retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux »). Elles ont également trait au recrutement du personnel et à l'obtention des autorisations administratives nécessaires à la mise en service du site.

Tableau 3.91 : Les difficultés rencontrées dans la conduite du projet avant l'ouverture du nouveau site

Difficultés rencontrées (0 = aucune difficulté, 5 = difficultés très graves)	N	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
					Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Problèmes dans l'opération de déménagement/ d'emménagement	102	0,85	1,33	1,56	74,5	18,6	6,9
Difficultés de recrutement	102	0,71	1,30	1,83	80,4	12,8	6,9
Retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux	102	0,66	1,39	2,11	82,4	9,8	7,8
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives	102	0,65	1,26	1,94	82,4	11,7	5,9
Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet	102	0,55	1,17	2,17	86,3	8,8	4,9
Difficultés dans la négociation des aides publiques	102	0,54	1,17	2,17	84,3	10,8	4,9
Opposition interne	102	0,29	0,87	3	92,2	5,8	2
Opposition externe	102	0,13	0,56	4,3	97,1	2	1

Les analyses de fréquences indiquent toutefois que ces difficultés se sont avérées, la plupart du temps, mineures. Les différents items proposés ont ainsi très rarement reçu de note supérieure à 3. Seule la répartition des réponses pour l'item « retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux » déroge quelque peu à cette règle.

Les entretiens complémentaires que nous avons eus, par téléphone ou en face-à-face, avec les répondants ont permis de préciser le sens qu'ils ont donné, dans ce contexte, aux termes de « problèmes » et de « difficultés ». Ainsi, ce qu'ils ont signalé comme tels correspond généralement à des complications ou à des délais plus importants que prévus qui ont exigé de la part de leur entreprise plus d'investissement en temps ou en ressources financières dans la conduite de son projet de nouveau site qu'elle ne l'avait envisagé initialement.

4.1.2. L'étude des causes des retards dans la mise en service des nouveaux sites

Les difficultés rencontrées dans la conduite des projets de nouveau site peuvent pourtant être à l'origine, en certaines occasions, de perturbations significatives contraignant l'entreprise à différer la date d'entrée en service du nouveau site par rapport à la date initialement prévue. Si ces difficultés persistent, elles sont de nature à remettre en cause la réalisation même du projet. Afin d'évaluer les retombées des difficultés rencontrées, il nous est apparu intéressant de voir dans quelle mesure les éventuels retards dans la mise en service

du nouveau site leurs étaient imputables. Une question a été insérée à cette fin dans la partie 5 du questionnaire (voir annexe 1.2.). Seuls les cas où les nouveaux sites étaient effectivement entrés en activité à la date de l'enquête (94 questionnaires sur 102) sont pris en considération ici puisqu'il s'agit des seuls cas où un rapprochement entre le réalisé et le prévisionnel est possible.

Le tableau 3.92 indique que, dans les trois-quarts des cas étudiés, les nouveaux sites sont entrés en activité à la date initialement prévue. Dans quatre cas, l'ouverture du site est même intervenue en avance par rapport aux prévisions initiales. Seuls une vingtaine de nouveaux sites ont connu des retards de mise en service notables par rapport aux prévisions.

Tableau 3.92 : Date d'entrée en activité effective du nouveau site par rapport aux prévisions

	Fréquence	Pourcentage
Date d'entrée en activité avancée par rapport à la date initialement prévue	4	4,3
Date d'entrée en activité conforme à la date initialement prévue	70	74,5
Date d'entrée en activité retardée par rapport à la date initialement prévue	20	21,3
Total	94	100,0

Des analyses de la variance (ANOVA) à un facteur ont ensuite été réalisées sur cette variable. Les résultats de ces traitements statistiques, consignés dans le tableau 3.93, révèlent que les retards constatés sont en premier lieu imputables, au sein de l'échantillon, à des difficultés d'ordre pratique (« retard dans la mise à disposition des locaux », « problèmes dans l'opération de déménagement/d'emménagement »). Ces difficultés sont, par nature, passagères. Bien qu'elles puissent perturber considérablement la mise en service effective du nouveau site, elles sont généralement de courte durée et ne risquent donc pas de remettre en cause son existence même.

Tableau 3.93 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « date d'ouverture effective du nouveau site»

Difficultés	Moyenne Site ouvert en avance par rapport à la date prévue	Moyenne Site ouvert à la date prévue	Moyenne Site ouvert en retard par rapport à la date prévue	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**4**	**70**	**20**	**94**		
Difficultés dans la conduite du projet						
Retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux	0	0,23	2,2	0,64	23,659	0,000
Difficultés dans la négociation des aides publiques	0,5	0,33	1,3	0,54	5,729	0,005
Problèmes dans l'opération de déménagement / d'emménagement	0,5	0,7	1,75	0,95	5,230	0,007
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives	*0,5*	*0,47*	*1,25*	*0,64*	*3,086*	*0,050*
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site						
Tensions avec les collectivités locales	1,5	0,14	0,1	0,19	7,534	0,001

La significativité des tests de différence de moyennes concernant les difficultés d'ordre administratif entravant l'obtention des aides publiques escomptées et celle des autorisations administratives nécessaires à la mise en œuvre de la décision de localisation est bien plus intéressante. Elle signale en effet, comme nous le pressentions, que les aides à l'implantation offertes par les pouvoirs publics constituent, pour certaines entreprises, des ressources financières complémentaires indispensables à la concrétisation de leur projet de nouveau site. Ainsi, ces entreprises doivent attendre que les fonds demandés soient débloqués ou que, au minimum, leur obtention soit assurée, avant de passer à la phase de mise en œuvre effective du projet. En cas de réponse négative à leur demande, il leur faudrait donc se résoudre à renoncer à leur projet.

Les difficultés rencontrées, avant l'ouverture du nouveau site, dans la négociation des aides publiques trouvent leur pendant après que cette ouverture a eu lieu. En effet, des tensions significatives apparaissent dans les relations avec les collectivités locales dans les quatre cas où, pour des raisons non élucidées à ce point, cette ouverture a été anticipée par rapport aux prévisions initiales. Dans ces circonstances particulières, les entreprises, pressées par le temps, n'ont probablement pas pu s'assurer, au préalable, de l'obtention des aides sollicitées ou promises par les collectivités locales. Les entreprises ne disposant plus ensuite

de moyens de pressions sur les acteurs publics ou, de manière plus rédhibitoire, l'éligibilité de leur projet aux aides demandées posant problème, la matérialisation de ces aides se fait attendre. C'est cette attente qui est, selon toute vraisemblance, à l'origine des tensions avec les collectivités locales, celles-ci s'apparentant à du dépit face à ce qui est perçu comme des promesses non-tenues.

Bien que la significativité du test de différence de moyennes correspondant soit moins élevée, l'existence de retards ou de complications imprévues dans l'obtention des autorisations administratives et, en premier lieu, des permis de construire nécessaires à l'édification de nouveaux bâtiments ou à la réalisation de modifications sur des bâtiments ou locaux d'activité existants a hypothéqué le devenir de certains projets de nouveau site. Sans ces autorisations indispensables, ceux-ci n'auraient en effet tout simplement pas pu être concrétisés[110].

Tout retard dans la mise en service du nouveau site par rapport à la date initialement prévue n'est cependant pas imputable aux seuls problèmes opérationnels rencontrés dans la conduite du projet. Un des répondants a ainsi expliqué, lors d'un entretien, que le projet de construction, par son entreprise, d'une nouvelle unité de production avait été gelé pendant prés de deux ans, un retournement dans l'évolution de ses marchés ayant rendu provisoirement inutile l'ajout de cette nouvelle capacité de production.

4.1.3. Les difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site

A la lecture du tableau 3.94, les difficultés rencontrées dans les premiers temps du fonctionnement des 94 nouveaux sites entrés en activité à la date de l'enquête apparaissent plus importantes, en moyenne, que celles rencontrées dans la conduite du projet. Ces difficultés demeurent toutefois limitées dans la plupart des cas. Les notes moyennes faibles obtenues sur ce thème doivent inciter à la prudence dans l'interprétation. Elles peuvent en effet traduire le refus de certains cadres dirigeants des entreprises répondantes de reconnaître la gravité des difficultés rencontrées. Plus vraisemblablement, les réponses obtenues sont biaisées par la connaissance lacunaire qu'ont de la situation locale les répondants basés au siège de l'entreprise[111].

Les moyennes ainsi que les analyses de fréquence présentées dans le tableau 3.94 indiquent que les difficultés les plus sensibles concernent les ressources humaines. Une

[110]A titre d'illustration, on peut reprendre ici le cas, déjà cité en partie 2, d'une entreprise contactée lors de l'enquête par questionnaire et qui avait dû abandonner son projet de nouveau site suite au refus répété des administrations locales de lui délivrer un permis de construire sur le terrain qu'elle avait choisi.

[111] Ce point sera abordé plus en détails ultérieurement, à l'occasion de l'interprétation des classes dégagées par l'analyse typologique (voir notamment l'interprétation de la classe 3).

minorité significative des entreprises répondantes se trouvent ainsi confrontées, sur leur nouveau site, à un taux de turn over supérieur aux prévisions et, surtout, à des difficultés récurrentes pour recruter localement la main d'œuvre nécessaire à son fonctionnement, difficultés déjà perceptibles avant l'entrée en service du nouveau site[112]. Un nombre significatif de répondants ont en outre déclaré que leur entreprise était peu ou pas satisfaite du niveau des coûts d'exploitation du nouveau site. Enfin, en interne, l'entrée en service du nouveau site pose des problèmes de contrôle et de logistique[113]. Néanmoins, ces différents problèmes n'affectent de manière sensible le fonctionnement du nouveau site que dans un nombre réduit de cas.

Tableau 3.94 : Les difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site

Difficultés rencontrées (0 = aucune difficulté, 5 = difficultés très graves)	N	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
					Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
Difficultés de recrutement	94	1,16	1,61	1,39	64,9	20,2	14,9
Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise	94	0,82	1,29	1,57	75,5	20,2	4,3
Coûts d'exploitation plus élevés que prévus	94	0,79	1,41	1,78	79,8	12,7	7,4
Taux de turn-over plus élevé que prévu	94	0,71	1,40	1,97	83	8,5	8,6
Problèmes de contrôle de l'activité du site	94	0,68	1,29	1,9	80,9	13,8	5,3
Difficultés de motivation du personnel du site	94	0,53	1,13	2,13	86,2	10,7	3,2
Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux (clients et/ou fournisseurs) de l'entreprise	94	0,48	1,10	2,29	86,2	9,5	4,2
Tensions avec les collectivités locales	94	0,19	0,74	3,89	95,7	2,1	2,2
Mouvements sociaux	94	0,17	0,62	3,65	94,7	5,3	0

Aussi intéressants soient-ils, les résultats synthétisés dans le tableau 3.94 comportent deux limites importantes qui en restreignent la portée :

[112] La corrélation entre les deux items se rapportant aux difficultés de recrutement, avant et après l'ouverture du nouveau site, est d'ailleurs significative au seuil de 1%, le coefficient de corrélation de Pearson associé prenant la valeur très élevée de 0,742.

[113] A ce sujet, les contacts directs avec les répondants ont montré que ce qu'ils avaient signalé comme des problèmes de logistique englobaient non seulement la circulation des biens physiques dans l'espace géographique, mais également celle des personnes.

- Tout d'abord, les réponses collectées ne permettent pas de déterminer si les difficultés signalées ne sont que transitoires ou si, au contraire, elles sont destinées à se prolonger au point de remettre en cause l'existence même du nouveau site ;

- Ensuite, même si elles participent d'un processus de familiarisation de l'entreprise avec l'environnement local de son nouveau site (Hayter, 1997), les difficultés rencontrées dans le fonctionnement de ce dernier ne sont pas nécessairement propres au lieu d'implantation choisi. Elles ne doivent donc pas être automatiquement attribuées au choix de localisation en lui-même. L'objectif premier des analyses statistiques bivariées et multivariées présentées dans les sections suivantes est précisément de définir la part de ces difficultés qui découle directement de ce choix.

4.1.4. La satisfaction générale des entreprises de l'échantillon à l'égard des choix de localisation réalisés

En guise de synthèse, une proposition a été insérée dans la partie 6 du questionnaire en vue d'obtenir des répondants une évaluation globale, à la date de l'enquête, de la nouvelle localisation choisie par leur entreprise. Cette proposition a été formulée de manière à limiter les biais de désidérabilité sociale dans les réponses (Igalens et Roussel, 1998). Ces biais sont potentiellement très élevés dans ce cas puisqu'il semble difficile qu'un décideur avoue de but en blanc qu'il s'est trompé dans son choix.

Le tableau 3.95 montre que les répondants sont, *a posteriori*, très satisfaits du choix effectué. Ce niveau élevé de satisfaction reste en outre très constant d'une décision à l'autre comme en témoigne la remarquable faiblesse du coefficient de variation associé. Dans quelques cas seulement cette proposition a reçu une note inférieure à 5 et, dans un unique cas, cette note est descendue jusqu'à 2.

Tableau 3.95 : Appréciation globale, par les répondants, du lieu d'implantation choisi pour le nouveau site

Proposition (0 = ne s'applique pas du tout, 5 = s'applique tout à fait)	Moyenne	Ecart type	Coefficient de variation	Analyses de fréquences		
				Réponses 0 ou 1 (en %)	Réponses 2 ou 3 (en %)	Réponses 4 ou 5 (en %)
« Si ce choix était à refaire et compte tenu de l'information dont dispose aujourd'hui mon entreprise, elle choisirait le même lieu d'implantation. »	4,52	,75	0,17	0	11,8	88,2

Afin de compléter les informations fournies par le tableau 3.95, des analyses de corrélation ont été réalisées entre la proposition traduisant l'appréciation globale de la localisation choisie et les différentes variables concernant les difficultés occasionnées par la mise en œuvre de la décision de localisation. Il s'agit d'identifier, parmi ces difficultés, celles qui sont le plus de nature à affecter la satisfaction des répondants par rapport au choix effectué et entraîner ainsi, si d'aventure elles perduraient, une remise en cause de ce choix.

Aucune corrélation significative au seuil de 5% n'apparaît suite à ces analyses bivariées. Ces résultats ou plutôt cette absence de résultats n'a rien de surprenant en ce qui concerne les difficultés survenues avant l'ouverture du nouveau site. En effet, l'apparition, dans la conduite du projet, de difficultés trop importantes dans un lieu géographique particulier conduit logiquement l'entreprise, soit à modifier son choix de localisation initial, soit à abandonner purement et simplement son projet de nouveau site.

L'interprétation des résultats se rapportant aux difficultés de fonctionnement est plus délicate. Outre les possibilités de biais signalées ci-dessus, les réponses données peuvent en effet refléter l'importance secondaire accordée par les répondants au choix de localisation en lui-même. Les difficultés rencontrées ne sont pas alors directement attribuées à ce choix, en tout cas pas au point de le remettre en question. Par ailleurs, la plupart des nouveaux sites, soit n'étaient pas encore entrés en activité à la date de l'enquête, soit étaient ouverts depuis peu. Cela ne donne pas aux répondants suffisamment de recul pour qu'ils se risquent à porter un jugement d'ensemble négatif sur la localisation choisie. Des réponses plus tranchées seraient susceptibles d'apparaître après une période de fonctionnement plus longue du nouveau site.

Il convient toutefois de noter l'existence d'une corrélation négative et significative à 10% entre l'appréciation globale de la localisation choisie et l'item « Coûts d'exploitation plus élevés que prévus ». Cette corrélation traduit l'insertion de la décision de localisation étudiée dans les objectifs généraux de l'entreprise en termes de profitabilité et de survie à long terme. De ce fait, s'il existe des divergences trop importantes entre la norme de performance économique prédéfinie pour le nouveau site et ce qui est effectivement constaté, et si ces divergences persistent, le choix de localisation peut être sérieusement remis en question. Ce résultat reflète également l'utilisation des critères de coût comme mode privilégié de supervision par la direction générale des entreprises de l'échantillon des unités géographiquement distinctes du siège.

En dernier lieu, la faiblesse des notes moyennes des différents items exprimant l'intensité des difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions de localisation

étudiées, ainsi que les analyses de fréquences présentées dans les tableaux 3.91 et 3.94 nous ont conduit à construire deux variables binaires afin de distinguer, au sein de l'échantillon, les répondants ayant signalé des difficultés, avant et après l'ouverture du nouveau site, de ceux qui n'en ont signalé aucune.

Tableau 3.96 : Variables binaires exprimant l'existence de difficultés de mise en œuvre de la décision de localisation

	Fréquence	Pourcentage
Difficultés rencontrées dans la conduite du projet de nouveau site		
Oui	69	67,6
Non	33	32,4
Total	102	100,0
Difficultés rencontrées dans le fonctionnement du nouveau site		
Oui	66	64,7
Non	28	27,5
Total	94	100,0

Un tiers des répondants n'ont ainsi signalé aucune difficulté notable d'aucune sorte dans la conduite, par leur entreprise, du projet de nouveau site. Un pourcentage légèrement plus faible des répondants concernés n'a indiqué aucune difficulté dans le fonctionnement du nouveau site.

Au total, pour 18 répondants sur 94, la mise en œuvre de la décision de localisation étudiée n'a occasionné aucune difficulté particulière à leur entreprise, ni avant ni après l'entrée en service du nouveau site.

4.2 Analyses bivariées

Des Analyses de la variance à un facteur ont ensuite été réalisées en complément des traitements statistiques univariés présentés dans la section précédente. Un double objectif a été assigné à ces analyses bivariées :

- Les ANOVA effectuées sur les caractéristiques démographiques des observations de l'échantillon étaient destinées à déterminer si certaines des difficultés rencontrées dans la mise en œuvre des décisions de localisation étaient propres à des situations de décision particulières ;
- Les ANOVA réalisées sur les variables nominales portant sur les caractéristiques des processus de décision visaient à évaluer dans quelle mesure les difficultés signalées par les répondants pouvaient être imputées au processus de choix du lieu d'implantation du nouveau site.

Seuls les résultats des analyses bivariées les plus significatives et les plus riches en termes d'interprétation sont présentés dans cette section.

Le tableau 3.97 indique que des difficultés spécifiques se posent aux entreprises dans le cadre des créations de nouveaux sites au travers de l'achat de terrains et de la construction de bâtiments. Ces difficultés concernent en premier lieu les autorisations administratives nécessaires à la réalisation de ces opérations immobilières particulières, c'est-à-dire les permis de construire et autres formalités associées, telles que l'obtention de l'accord de l'architecte mandaté par les Bâtiments de France pour les projets de construction à proximité de sites classés à l'inventaire des Monuments Historiques. Au passage, ces résultats confirment de manière particulièrement claire que l'essentiel des difficultés administratives signalées par les répondants sont liées à l'accord de ces permis de construire.

Tableau 3.97 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site »

Difficultés	Moyenne Achat de terrain(s) et construction de bâtiment(s)	Moyenne Achats de locaux ou bâtiments existants	Moyenne Location de locaux ou bâtiments existants	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Difficultés dans la conduite du projet						
Effectif	**24**	**13**	**64**	**101**		
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives	1,63	0,38	0,33	0,64	11,548	0,000
Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet	1	1,23	0,23	0,55	6,943	0,002
Difficultés dans la négociation des aides publiques	1,21	0,62	0,27	0,54	6,192	0,003
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site						
Effectif	**18**	**12**	**64**	**94**		
Difficultés de motivation du personnel du site	1,22	0,67	0,31	0,53	5,025	0,009
Problèmes de contrôle de l'activité du site	0,61	1,58	0,53	0,68	3,590	0,032

D'autre part, les achats de terrains associés à la construction de bâtiments neufs ou les acquisitions de biens immobiliers requièrent des entreprises l'engagement de moyens financiers conséquents. Dans la plupart des cas, elles ne sont pas en mesure d'autofinancer intégralement les investissements immobiliers envisagés. Pour mener à bien leur projet, elles doivent donc solliciter des financements extérieurs, en particulier bancaires. Dans cette perspective, les aides à l'implantation proposées par les pouvoirs publics dans certaines zones géographiques et pour certains types de projet bien définis peuvent constituer, le cas échéant, un complément bien utile à ces financements bancaires. Il est donc logique de constater que les difficultés d'obtention de ces différents financements extérieurs surviennent essentiellement lorsque les entreprises procèdent, pour créer leur nouveau site, à l'achat de terrains et à la construction de bâtiments adaptés à leurs besoins et, dans une moindre mesure, à l'acquisition de biens immobiliers existants.

L'interprétation des résultats des tests de différence de moyennes sur les difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site est en revanche plus délicate. Lorsque ces

résultats sont significatifs, ils traduisent probablement une association commune avec une troisième variable qui n'apparaît pas ici.

Ainsi, si des difficultés plus importantes de motivation du personnel du nouveau site se posent dans le cadre des opérations d'achat de terrains et de construction de bâtiments, c'est vraisemblablement parce que ce type d'opération immobilière est généralement entrepris, au sein de l'échantillon, pour la création de sites de production industrielle accueillant une forte proportion de main d'œuvre peu ou pas qualifiée. La significativité du test de différence de moyennes pour cette variable n'est donc pas directement liée à la nature de l'opération immobilière réalisée sur le nouveau site. Elle reflète plutôt les difficultés propres à la motivation de cette catégorie de personnel de production affecté à des tâches ne présentant pas un grand intérêt intrinsèque.

Tableau 3.98 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « lieu d'implantation du nouveau site »

Difficultés	Moyenne Implantation en France	Moyenne Implantation à l'étranger	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Difficultés dans la conduite du projet					
Effectif	**87**	**15**	**102**		
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives	0,46	1,73	0,65	14,978	0,000
Difficultés de recrutement	0,59	1,4	0,71	5,208	0,025
Difficultés dans la négociation des aides publiques	0,44	1,13	0,54	4,663	0,033
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site					
Effectif	**80**	**14**	**94**		
Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux de l'entreprise	0,38	1,07	0,48	4,937	0,029

Les décisions d'implantation à l'étranger sont également à l'origine de quelques difficultés particulières dans la conduite du projet de nouveau site. Celles-ci ne sont cependant pas aussi importantes que ce que pourrait laisser penser une lecture rapide des tableaux 3.98 et 3.99.

Les résultats des ANOVA sur les variables de contingence « lieu d'implantation du nouveau site » et « présence locale préalable de site(s) de l'entreprise » présentés dans ces deux tableaux sont en effet fortement influencés par la prédominance des sites de production industrielle parmi les décisions de localisation à l'international de l'échantillon (13 cas sur 15). Cette prédominance ne suffit toutefois pas, à elle seule, à rendre compte du fait que les

entreprises éprouvent plus de difficultés à obtenir les autorisations administratives dont elles ont besoin et à négocier les aides publiques qu'elles recherchent lorsqu'elles s'implantent à l'étranger, en particulier lorsqu'il s'agit de leur première implantation dans le pays d'accueil choisi. Ces difficultés résultent également, en partie du moins, du relatif manque d'expérience des entreprises concernées dans les relations avec l'administration du pays choisi (Belderbos et Carree, 2000). La relative méconnaissance des rouages de la bureaucratie locale ainsi que, en particulier lors d'une première implantation dans un pays étranger, la distance linguistique et culturelle entre la France et le pays d'accueil du nouveau site sont à l'origine de complications et de retards dans les formalités administratives qui n'avaient pas nécessairement été bien anticipés.

Tableau 3.99 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « présence locale préalable de site(s) de l'entreprise »

Difficultés	Moyenne présence préalable dans la même région	Moyenne présence préalable dans le même pays	Moyenne aucune présence préalable dans le pays d'accueil	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Difficultés dans la conduite du projet						
Effectif	**72**	**20**	**10**	**102**		
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives	0,72	0,05	1,3	0,65	3,960	0,022
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site						
Effectif	**65**	**19**	**10**	**94**		
Difficultés de recrutement	0,8	1,9	2,1	1,16	5,876	0,004
Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise	0,58	1,53	1	0,82	4,279	0,017

Les résultats des analyses bivariées effectuées à partir des variables nominales issues de l'enquête par questionnaire apportent peu d'informations significatives permettant d'établir un lien entre le choix de localisation et le niveau des difficultés rencontrées, notamment dans le fonctionnement du nouveau site.

On notera cependant que, au sein de l'échantillon, les opérations de transferts totaux d'activités, entraînant la fermeture ou la cession du ou des sites d'origine, occasionnent remarquablement peu de difficultés comparées aux deux autres types de décision de localisation individualisés dans le tableau 3.100.

Tableau 3.100 : Résultats des tests de différence de moyennes sur la variable de contingence « type de décision de localisation »

Difficultés	Moyenne Transferts partiels	Moyenne Transferts totaux	Moyenne Création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Difficultés dans la conduite du projet						
Effectif	**23**	**48**	**31**	**102**		
Difficultés de recrutement	1,13	0,38	0,9	0,7	3,270	0,004
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site						
Effectif	**22**	**43**	**29**	**94**		
Problèmes de contrôle de l'activité du site	1	0,23	1,1	0,68	5,282	0,007
Difficultés de recrutement	1,36	0,63	1,79	1,16	5,208	0,007
Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise	1,36	0,4	1,03	0,82	5,055	0,008
Difficultés de motivation du personnel du site	1,04	0,26	0,55	0,53	3,750	0,027
Mouvements sociaux	0,09	0,05	0,41	0,17	3,496	0,034

Ce résultat doit être rapproché de la faible amplitude géographique qui caractérise la très grande majorité de ces transferts totaux d'activités. Ainsi, dans 40 cas sur 48, le nouveau site est implanté dans la même région que le ou les sites d'origine des activités transférées.

La faible distance géographique existant alors entre les points de départ et d'arrivée du transfert permet aux entreprises de transférer également la quasi-totalité du personnel en poste avant la décision. Elles se trouvent ainsi dispensées de tout effort de recrutement visant à compenser les départs des salariés qui, pour des raisons personnelles, n'auraient pas pu ou pas souhaité suivre la relocalisation de leur poste de travail. Quand bien même le développement des activités transférées nécessiterait de procéder à de nouvelles embauches parallèlement au déménagement, le nouveau site demeure dans un bassin d'emploi dont l'entreprise connaît déjà les potentialités. Elle ne peut donc guère être confrontée à des difficultés de recrutement inopinées.

Enfin, les transferts totaux d'activités à des échelles locales constituent, pour les entreprises concernées, des modifications marginales de leurs implantations par rapport à la situation antérieure. Ils sont de ce fait très peu susceptibles de faire surgir de nouveaux problèmes dans la circulation de l'information ou des biens physiques entre leurs différentes implantations.

Ainsi, si les créations de nouveaux sites dans le cadre de transferts totaux d'activités sur de nouveaux sites occasionnent nettement moins de problèmes que celles intervenant dans

le cadre de transferts partiels d'activités ou de la création *ex-nihilo* de nouvelles capacités, c'est parce que les entreprises ont expressément cherché, au travers de leur choix de localisation, à limiter les perturbations causées par ces opérations de relocalisation sur les activités et sur les salariés concernés. Et il semblerait bien qu'elles y soient effectivement parvenues.

Le dépassement des prévisions en matière de coûts d'exploitation du nouveau site constitue un problème sérieux pour une entreprise, en particulier pour des sites de production industrielle. S'il se prolonge dans le temps, il peut la conduire à reconsidérer son choix de localisation et, en conséquence, à fermer le site concerné pour réinstaller les activités qu'il accueille sur une autre localisation. Toutefois, aucun des tests de différence de moyennes réalisés pour cette difficulté de fonctionnement particulière n'est apparu significatif. Nous avons donc procédé à l'étude des corrélations de cet item avec les variables métriques se rapportant aux caractéristiques générales du processus de recherche de la nouvelle localisation (partie 6 du questionnaire ; voir le chapitre 2 de la présente partie pour une présentation des statistiques descriptives de ces variables). Ces analyses de corrélation ont montré que, plus les contraintes pesant sur le choix de localisation sont fortes, plus le niveau des coûts d'exploitation du nouveau site est susceptible d'être supérieur aux prévisions[114].

[114] Le coefficient de corrélation de Pearson entre les deux variables vaut en effet 0,304. Cette corrélation est significative au seuil de 1%.

4.3. Analyse en Composantes Principales

Les traitements statistiques univariés et bivariés pratiqués jusqu'à présent n'ont fourni que des informations parcellaires sur les difficultés que les entreprises ont rencontrées lors de la création de leur nouveau site. Des analyses multivariées ont donc été réalisées en vue de synthétiser l'ensemble des données collectées sur ce thème lors de l'enquête par questionnaire. L'ensemble des variables décrivant les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre de la décision de localisation prise, à la fois avant et après l'entrée en service effective du nouveau site, de même que celles portant sur l'évaluation globale de la localisation choisie ont été incluses dans ces analyses. Celles-ci n'ont donc été effectuées que sur les 94 observations de l'échantillon concernant des nouveaux sites effectivement entrés en activité à la date de l'enquête.

L'objectif assigné à ces traitements est d'identifier, au-delà de l'impression globale de satisfaction par rapport aux choix effectués, les opérations de création de site de l'échantillon qui ont occasionné des difficultés plus sensibles que la moyenne et de déterminer la nature de ces difficultés afin de les mettre en relation avec le choix du lieu d'implantation du site en question.

La mise à jour des lignes de partage existant, de ce point de vue, parmi les décisions étudiées nécessite, dans un premier temps, de synthétiser l'information collectée sur ce thème en réalisant une Analyse en Composantes Principales (ACP). Selon une démarche similaire a celle adoptée pour les deux thématiques traitées précédemment, une Classification Ascendante Hiérarchique a ensuite été réalisée sur les axes factoriels issus de cette ACP préalable.

La mise en œuvre de la procédure d'ACP sur les variables concernant les difficultés de mise en œuvre de la décision de localisation a été réalisée selon les principes généraux édictés dans l'encadré méthodologique 2 (voir le chapitre 2 de la présente partie ; voir également l'annexe 2.3.1. pour une présentation plus détaillée des résultats de ces traitements statistiques) :

4.3.1. Mise en œuvre de la procédure d'ACP

a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des deux premiers axes factoriels

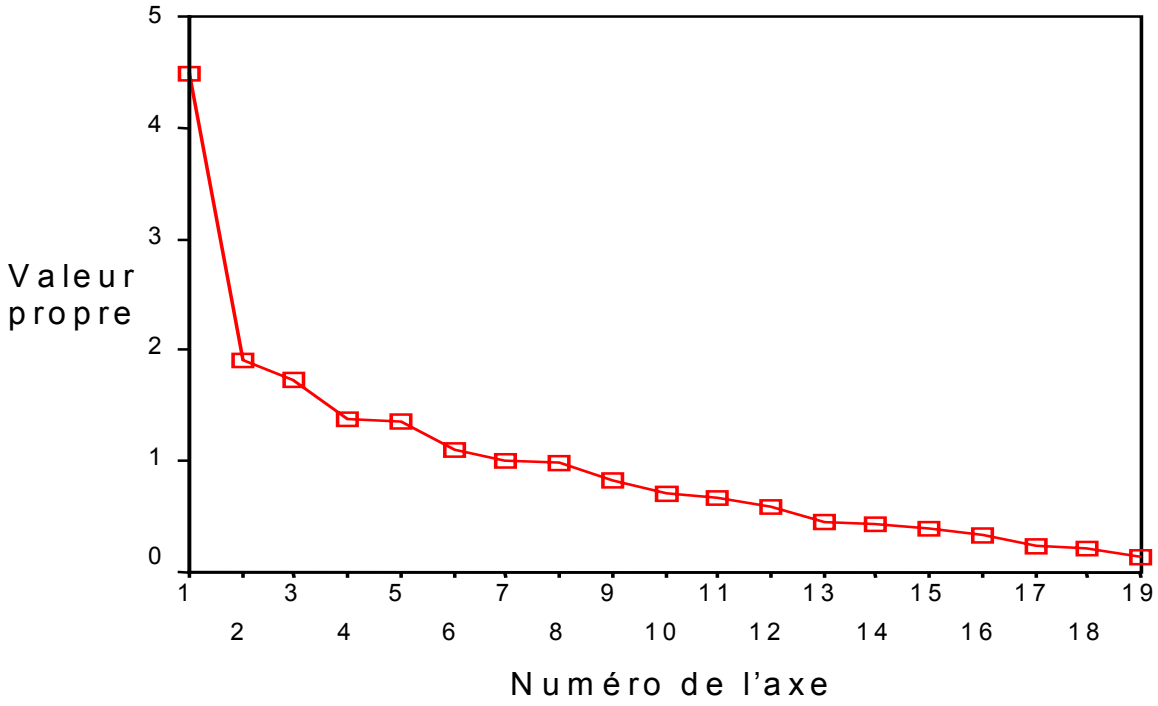
Une première ACP a d'abord été réalisée sur l'ensemble des 19 variables se rapportant aux difficultés de mise en œuvre de la décision prise. La valeur du KMO associé à cette première ACP est 0,640. Cette valeur est tout à fait satisfaisante, bien plus que celles associées aux deux ACP thématiques précédentes. Elle indique que les différents items utilisés peuvent être factorisés.

La courbe des valeurs propres de cette ACP ne présente pas de coude particulièrement marqué (graphique 3.10). Nous nous en sommes donc remis, pour le choix du nombre de dimensions à retenir, à la seule règle de sélection des axes dont la valeur propre est supérieure à 2. Dans le cas présent, la stricte application de cette règle conduirait à ne retenir que le premier axe factoriel (voir le tableau 3.101). Nous avons toutefois choisi de conserver les deux premiers axes factoriels. La valeur propre associée au deuxième de ces axes est en effet très proche de 2 et son inclusion dans l'analyse permet de faire passer le pourcentage de variance totale expliquée de 23,64% à 33,73%, ce qui est plus acceptable. La règle utilisée pour la sélection des axes dans le cadre de cette thèse s'avère donc, encore une fois, particulièrement restrictive. Son application se traduit en effet par une perte substantielle d'information. Même si cette option peut être considérée comme valide d'un point de vue statistique (voir la justification donnée dans le chapitre 2 de la présente partie), l'interprétation des résultats de l'ACP et, ultérieurement, de la CAH devra être effectuée avec toutes les précautions qu'implique cette perte importante d'information.

Tableau 3.101 : Valeurs propres avant rotation et variance totale expliquée par les axes extraits de l'ACP sur l'ensemble des 26 variables initiales

Axes	Valeur propre initiale	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	**4,492**	**23,643**	**23,643**
2	**1,916**	**10,086**	**33,728**
3	1,724	9,075	42,803
4	1,384	7,284	50,088
5	1,350	7,105	57,193
6	1,106	5,819	63,012
7	1,012	5,329	68,341
8	,994	5,230	73,571
9	,825	4,342	77,913
10	,718	3,777	81,690
11	,663	3,491	85,181
12	,596	3,138	88,319
13	,462	2,434	90,753
14	,427	2,248	93,001
15	,397	2,090	95,090
16	,330	1,738	96,829
17	,241	1,270	98,099
18	,214	1,128	99,226
19	,147	,774	100,000

Graphique 3.10 : Courbe des valeurs propres de l'ACP réalisée sur l'ensemble des 26 variables initiales



b. Elimination des items mal représentés par la solution en deux axes

Une nouvelle Analyse en Composantes Principales a ensuite été réalisée en spécifiant au logiciel SPSS un nombre d'axes à extraire égal à 2. L'examen de la matrice des communalités obtenue à l'issue de cette deuxième ACP permet de constater que bon nombre des items initiaux étaient mal représentés par les axes extraits. Les items mal représentés ont donc été éliminés de manière itérative. Cette procédure d'élimination a conduit à retirer successivement de l'analyse les items suivants :

- Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives ;
- Appréciation globale du lieu d'implantation choisi ;
- Tensions avec les collectivités locales ;
- Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet ;
- Difficultés dans la négociation des aides publiques ;
- Opposition externe à la décision ;
- Mouvements sociaux ;
- Opposition interne à la décision ;

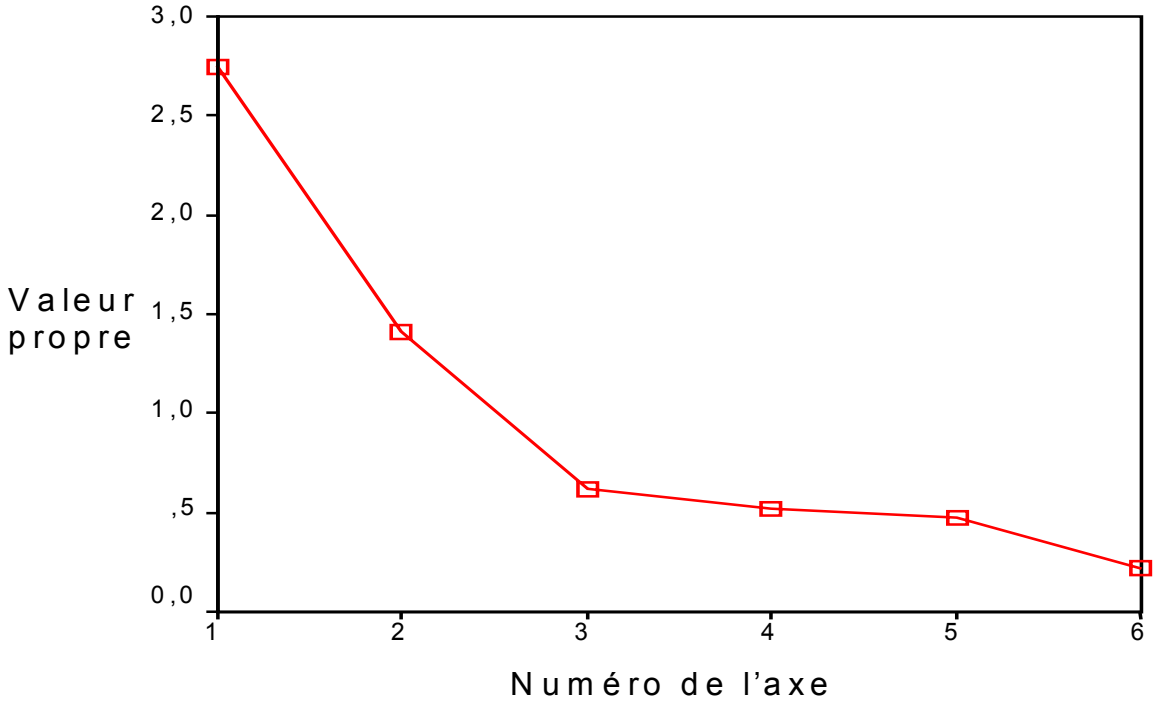
- Problèmes dans l'opération de déménagement / d'emménagement ;
- Retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux ;
- Coûts d'exploitation plus élevés que prévus ;
- Difficultés de motivation du personnel du site.

Une fois l'ensemble de ces items éliminés, une nouvelle ACP a été réalisée sur les six items restants. Dans cette dernière solution, la deuxième dimension a une valeur propre inférieure à 2 (tableau 3.102). Elles a toutefois été conservée sur la base de l'examen de la courbe des valeurs propres associée à cette nouvelle ACP (graphique 3.11). Celle-ci s'infléchit en effet nettement à partie de la troisième dimension.

Tableau 3.102 : Variance totale expliquée par les trois axes extraits de l'ACP sur les six variables restantes

	Avant rotation			Après rotation		
Axe	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés	Valeur propre	Pourcentage de la variance totale expliquée	Pourcentages cumulés
1	2,750	45,825	45,825	2,117	35,279	35,279
2	1,417	23,614	69,439	2,050	34,161	69,439

Graphique 3.11 : Courbe des valeurs propres de l'ACP sur les six variables restantes



La mesure de précision d'échantillonnage KMO associée à cette dernière ACP vaut 0,694. Cette nouvelle valeur est encore plus favorable que celle associée à l'ACP initiale. Les deux dimensions finalement extraites expliquent conjointement plus de 69% de la variance totale. Ce pourcentage ne s'applique toutefois qu'à la variance sur les six variables initiales conservées à l'issue de la procédure d'élimination des items mal représentés par la solution en deux axes. Ces derniers ne représentent en fait qu'un peu plus de 33% de la variance globale sur l'ensemble des 26 variables se rapportant aux difficultés de mise en œuvre des décisions étudiées. Cette remarque invite à relativiser la portée des résultats présentés dans la section suivante. Le tableau 3.102 détaille le pouvoir explicatif des axes retenus avant et après la mise en œuvre de la rotation Varimax.

4.3.2. L'interprétation des deux axes extraits de l'ACP

Le tableau 3.103 présente les corrélations les plus significatives, après rotation, entre les variables initiales et les deux axes finalement retenus à l'issue de l'Analyse en Composantes Principale sur les difficultés de mise en œuvre de la décision de localisation.

Tableau 3.103 : Résultats après rotation de l'ACP sur les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions de localisation[115]

	1	2
Pourcentage de la variance expliquée par l'axe	**35,28%**	**34,16%**
Difficultés de recrutement avant l'ouverture du nouveau site	**,911**	
Difficultés de recrutement après l'ouverture du nouveau site	**,909**	
Taux de turn over plus élevé que prévu	**,653**	,456
Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux de l'entreprise		**,795**
Problèmes de contrôle de l'activité du site		**,787**
Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise		**,759**

Du point de vue de l'interprétation, on notera tout d'abord que, à une exception prés, l'ensemble des variables initiales autour desquelles les deux axes retenus se structurent concernent des difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site. Au sein de l'échantillon, les décisions de localisation se distinguent donc avant tout par l'intensité des difficultés rencontrées dans les premiers temps du fonctionnement du site nouvellement créé.

Comme pour les thématiques traitées dans les deux chapitres précédents, aucune des variables initiales utilisées ici ne présente de corrélation négative et significative avec les deux axes factoriels. Chacun de ces deux axes oppose donc, du côté positif, des décisions dont la mise en œuvre a posé aux entreprises des difficultés significatives dont la nature est déterminée par les items corrélés positivement avec l'axe en question et, du côté négatif, des décisions pour lesquelles aucune difficulté significative de cette nature n'a été signalée.

En conséquence, les deux axes ou dimensions retenues s'interprètent de la manière suivante :

Dimension 1 : L'importance des difficultés dans la gestion des ressources humaines du nouveau site

Le premier axe représente plus de 35% de la variance totale sur les 6 items restants. Il est structuré d'une part par l'importance des difficultés rencontrées pour recruter le personnel du nouveau site, à la fois avant et après son entrée en service, et, d'autre part, par le niveau du taux de rotation, comparé aux prévisions initiales, au sein de ce personnel. La part substantielle de l'information restituée par ce premier axe laisse entendre que certains des choix de localisation de l'échantillon se sont avérés peu à même de satisfaire les besoins en

[115] Afin de permettre une meilleure lisibilité du tableau, seules les composantes effectivement utilisées pour l'interprétation des axes, à savoir les composantes supérieures à 0,3 en valeur absolue, ont été représentées. Les composantes supérieures à 0,5 en valeur absolue ont été indiquées en caractères gras.

ressources humaines des activités concernées, qu'il s'agisse de recruter des salariés nouveaux ou, dans le cadre de transferts, de conserver le personnel en place.

Dimension 2 : L'importance des difficultés de coordination posées par l'ouverture du nouveau site

Le deuxième axe explique plus de 34% de la variance totale. Il est construit autour de l'intensité des difficultés rencontrées dans les relations, d'une part entre le nouveau site et les autres composantes géographiques de l'entreprise et, d'autre part, entre le nouveau site et les partenaires commerciaux de l'entreprise, clients ou fournisseurs.

Le fonctionnement normal du site et le contrôle des conditions de ce fonctionnement par le siège nécessitent en effet la circulation, entre les différentes entités géographiques citées, de biens physiques ainsi que de personnes et d'information (au travers de différents modes de transmission : communication en face-à-face, courrier, téléphone, fax, Internet…). Les conditions dans lesquelles ces flux transitent constituent un facteur déterminant dans la bonne coordination des différents sous-ensembles (géographiques ou non) composant l'entreprise et dans la coordination de cette dernière avec ses partenaires commerciaux.

Or, toute création d'un nouveau site affecte l'organisation spatiale de l'entreprise concernée et, par ricochet, la configuration spatiale des échanges entre l'entreprise et ses partenaires extérieurs. Lorsque cette création correspond à une augmentation de capacité, il y a apparition, au sein de l'entreprise, d'une nouvelle disjonction ou séparation géographique. Dans le cas de transferts d'activités vers de nouveaux sites, il s'agit d'une modification des distances géographiques, en interne mais aussi avec les acteurs de l'environnement de l'entreprise, par rapport à la situation antérieure. Cette modification, lorsqu'elle est particulièrement prononcée, peut d'ailleurs être à l'origine du départ non-souhaité de certains des salariés rattachés aux activités transférées.

Dans tous les cas, l'ouverture du nouveau site nécessite une réorganisation, d'ampleur variable selon les circonstances, dans les flux physiques irriguant l'entreprise et la reliant à ses partenaires commerciaux et une adaptation des modalités de supervision de ses activités par la direction.

La part de la variance totale expliquée par ce deuxième axe indique que certaines des entreprises de l'échantillon éprouvent des difficultés certaines à faire face aux modifications introduites dans leur organisation spatiale par la création du nouveau site.

Il est particulièrement intéressant de constater que l'on retrouve, dans la structure des deux axes retenus, les deux principales contraintes d'ordre géographique qui pèsent traditionnellement sur les entreprises industrielles et de réalisation de logiciels.

En premier lieu, ces entreprises dépendent, pour l'exercice de leur activité, de ressources humaines qui sont structurellement localisées au sens où les individus qu'elles emploient sont ancrés dans l'espace physique, ne serait-ce que par leur lieu habituel de résidence.

Ainsi, même si l'entreprise en tant qu'organisation se veut mobile géographiquement, cette mobilité est restreinte par l'ancrage spatial de ses salariés, à supposer que l'entreprise souhaite les conserver. Toute modification sensible des implantations existantes de l'entreprise implique donc le recrutement de nouveaux salariés.

L'espace géographique, dans sa composante distance, est également à l'origine de frictions dans l'activité quotidienne de l'entreprise (Polèse, 1994). En effet, la distance physique rend plus difficile, et donc plus coûteuse, la circulation des marchandises, des personnes et des informations. En dépit des progrès substantiels réalisés dans les technologies du transport et des télécommunications, cette distance semble toujours de nature à poser problème à certaines des entreprises de l'échantillon.

Ainsi, malgré les affirmations péremptoires suscitées par les évolutions technologiques récentes, les résultats de l'enquête par questionnaire indiquent que les entreprises sont et demeurent des entités inscrites dans l'espace géographique, avec toutes les contraintes et les difficultés que cela suppose.

4.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des difficultés rencontrées lors de leur mise en œuvre

4.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique et le choix d'une partition

a. Principes généraux

Une analyse typologique a été réalisée à l'aide d'une méthode de Classification Ascendante Hiérarchique (voir encadré méthodologique 3 dans le chapitre 2 de la présente partie). L'objectif de cette typologie était de regrouper les 94 décisions de localisation de l'échantillon effectivement mises en œuvre à la date de l'enquête au sein de classes les plus homogènes possibles du point de vue de la nature et de l'intensité des difficultés rencontrées (une présentation plus complète des résultats de cette CAH est proposée dans l'annexe 2.3.2.).

b. Le choix de la partition en trois classes

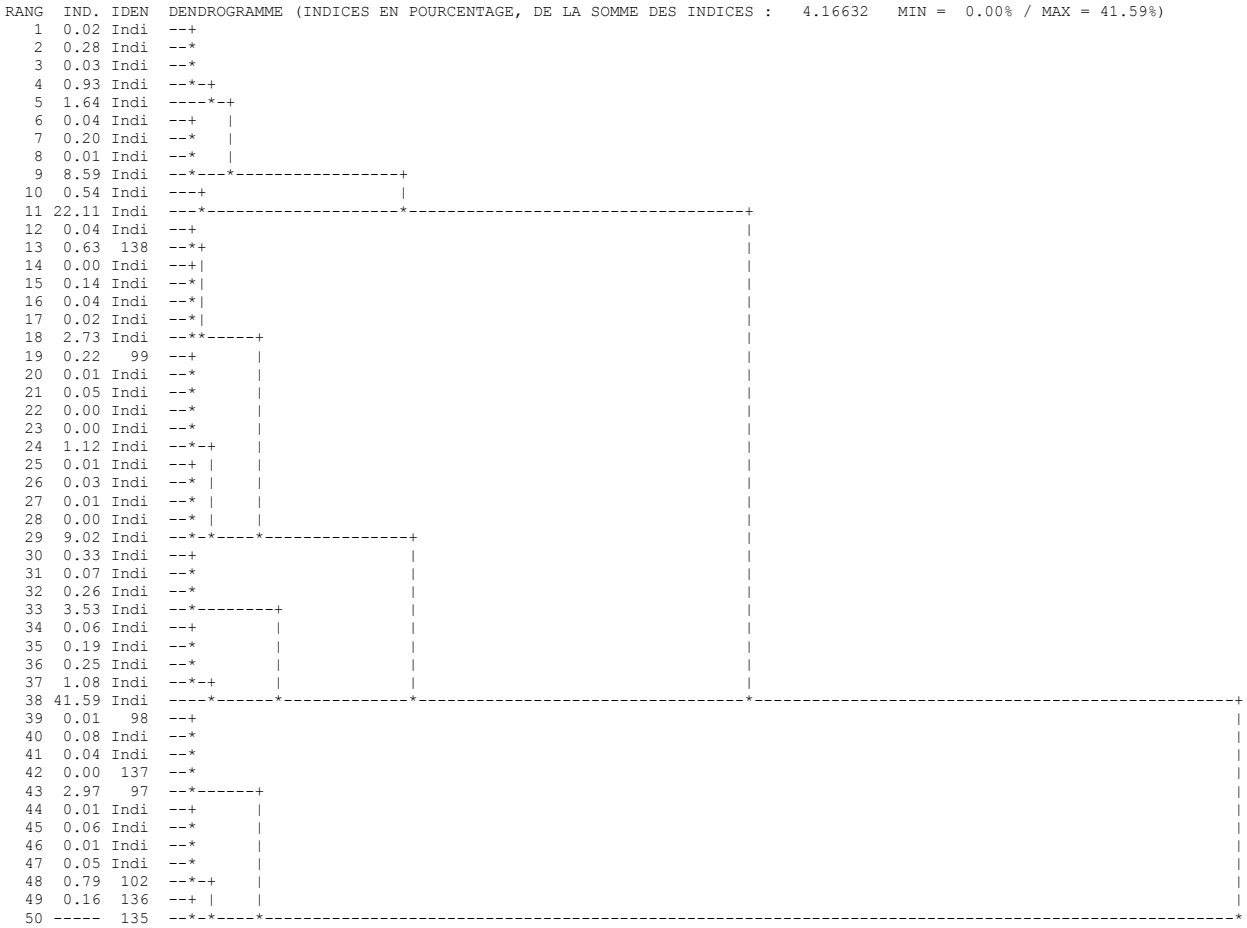
Le choix de la partition à retenir en vue de l'interprétation ne pose guère de difficultés dans ce cas. La partie basse de l'histogramme des indices de niveau présente en effet un saut remarquablement net entre la partition en deux classes et la partition en trois classes (graphique 3.12). SPAD signale d'ailleurs qu'il s'agit là du saut le plus important parmi les dernières étapes de la procédure d'agrégation. Cette information est confirmée par l'examen des dernières étapes du processus d'agrégation dans le dendrogramme (graphique 3.13). C'est donc la partition en trois classes qui a été choisie.

Graphique 3.12 : Histogramme des indices de niveau des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les difficultés de mise en œuvre des décisions de localisation

NUM.	AINE	BENJ	EFF.	POIDS	INDICE	HISTOGRAMME DES INDICES DE NIVEAU
138	63	87	2	2.00	0.00002	*
139	97	137	6	6.00	0.00006	*
140	32	92	2	2.00	0.00008	*
141	50	74	2	2.00	0.00009	*
142	141	44	3	3.00	0.00019	*
143	52	57	2	2.00	0.00020	*
144	140	41	3	3.00	0.00025	*
145	43	15	2	2.00	0.00025	*
146	11	98	3	3.00	0.00027	*
147	39	19	2	2.00	0.00037	*
148	34	14	2	2.00	0.00039	*
149	20	5	2	2.00	0.00049	*
150	22	4	2	2.00	0.00059	*
151	54	29	2	2.00	0.00088	*
152	28	1	2	2.00	0.00101	*
153	81	60	2	2.00	0.00110	*
154	144	147	5	5.00	0.00140	*
155	139	64	7	7.00	0.00154	*
156	138	17	3	3.00	0.00158	*
157	26	37	2	2.00	0.00172	*
158	151	68	3	3.00	0.00175	*
159	142	145	5	5.00	0.00206	*
160	102	149	6	6.00	0.00209	*
161	160	150	8	8.00	0.00232	*
162	13	62	2	2.00	0.00235	*
163	3	80	2	2.00	0.00272	*
164	155	146	10	10.00	0.00340	*
165	158	143	5	5.00	0.00592	*
166	135	136	36	36.00	0.00677	*
167	83	162	3	3.00	0.00790	*
168	148	157	4	4.00	0.00841	*
169	159	99	7	7.00	0.00908	*
170	90	167	4	4.00	0.01034	*
171	31	163	3	3.00	0.01093	*
172	153	152	4	4.00	0.01153	*
173	171	25	4	4.00	0.01355	*
174	91	58	2	2.00	0.02253	**
175	165	156	8	8.00	0.02642	**
176	166	161	44	44.00	0.03272	**
177	38	172	5	5.00	0.03892	**
178	75	170	5	5.00	0.04490	***
179	154	169	12	12.00	0.04660	***
180	168	177	9	9.00	0.06853	****
181	179	175	20	20.00	0.11371	******
182	176	164	54	54.00	0.12385	******
183	178	173	9	9.00	0.14688	*******
184	174	180	11	11.00	0.35798	**********
185	183	181	29	29.00	0.37579	**********
186	185	184	40	40.00	0.92131	**********
187	182	186	94	94.00	1.73260	**********

SOMME DES INDICES DE NIVEAU = 4.16637

Graphique 3.13 : Dendrogramme des 50 dernières étapes de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique sur les difficultés de mise en œuvre des décisions de localisation



c. Description statistique de la partition en trois classes

L'inertie inter-classes de la partition en trois classes dégagée par la procédure de Classification Ascendante Hiérarchique représente 63,70% de l'inertie totale. Ce pourcentage s'élève à 67,67% après consolidation de la partition par la méthode de l'agrégation autour des centres mobiles. Cette partition restitue donc, avec un nombre réduit de classes, une part importante de l'information.

Il apparaît également que la procédure de consolidation de la partition a permis une amélioration sensible de l'homogénéité des trois classes. Six itérations ont été nécessaires pour parvenir à ce résultat. La classification retenue est donc stable bien que cette stabilité soit moins forte que pour les deux classifications thématiques précédemment réalisées. La procédure de consolidation a d'ailleurs occasionné le reclassement d'un nombre significatif d'observations. A cette occasion, l'effectif de la classe 1 est ainsi passé de 54 à 66 alors que celui de la classe 2 baissait de 29 à 19 et celui de la classe 1 de 11 à 9.

Les 3 classes dégagées présentent, après consolidation, une homogénéité interne forte et équivalente puisque l'inertie intra-classe vaut 0,42 au sein de la classe 1, 0,47 dans la classe 2 et 0,46 dans la classe 3[116].

Les tailles de ces différentes classes sont toutefois très divergentes, la classe 3 regroupant à elle seule plus de 70% du total des observations utilisées pour ce traitement statistique. L'interprétation des classes, proposée ci-après, devra donc être réalisée avec les précautions qu'imposent de telles divergences.

4.4.2. L'interprétation de la typologie en trois classes

a. Présentation d'ensemble

SPAD ne permettant pas la réalisation d'une rotation des axes issus de l'ACP avant la mise en œuvre de la classification (voir l'encadré méthodologique 3 dans le chapitre 2 de la présente partie), la caractérisation des trois classes dégagées par l'algorithme de classification a été réalisée en revenant aux variables initiales, y compris celles qui avaient été éliminées lors de la réalisation de l'ACP préalable. Le tableau 3.104 récapitule les variables initiales, actives ou non, les plus caractéristiques des trois classes de décisions de localisation[117].

[116] Pour information, l'inertie totale dans l'ensemble des 94 observations utilisées est égale à 4,1664.
[117] L'identification des difficultés de mise en œuvre les plus caractéristiques de chaque classe a été réalisée à l'aide du critère statistique de valeur-test proposé par SPAD (voir l'encadré méthodologique 2).

Les informations fournies par le tableau 3.104 ont été complétées par la prise en compte, en qualité de variables illustratives, des caractéristiques des entreprises répondantes, des décisions de localisation étudiées et des nouveaux sites concernés. L'ensemble des variables, actives et illustratives, les plus caractéristiques[118] de chacune des trois classes est synthétisé dans les sections suivantes au sein d'un tableau récapitulatif. Ce dernier sert de base à la description du profil moyen des classes qui est présentée dans ces sections.

[118] Egalement identifiées par SPAD à l'aide du critère de valeur-test.

Tableau 3.104 : Les difficultés de mise en œuvre de la décision de localisation les plus caractéristiques des trois classes

Items	Classe 1(n=9)	Classe 2 (n=19)	Classe 3 (n=66)	**Moyenne globale (n=94)**
Difficultés dans la conduite du projet				
Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet	1,22		0,35	**0,51**
Difficultés dans l'obtention des autorisations administratives				**0,64**
Difficultés dans la négociation des aides publiques		1,11	0,38	**0,54**
Opposition interne	0,89			**0,31**
Opposition externe				**0,13**
Difficultés de recrutement		2,74	0,14	**0,71**
Retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux	2			**0,64**
Problèmes dans l'opération de déménagement / d'emménagement				**0,91**
Difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site				
Difficultés de recrutement		3,47	0,48	**1,16**
Taux de turn over plus élevé que prévu		2	0,23	**0,71**
Difficultés de motivation du personnel du site	1,78	1,11	0,20	**0,53**
Mouvements sociaux		0,47	0,08	**0,17**
Problèmes de contrôle de l'activité du site	3		0,23	**0,68**
Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise	3,44		0,38	**0,82**
Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux de l'entreprise	2,78		0,17	**0,48**
Tensions avec les collectivités locales				**0,19**
Coûts d'exploitation plus élevés que prévus	2,22	1,53	0,38	**0,79**
Appréciation globale du lieu d'implantation choisi				**4,52**

Note : Afin de simplifier la lecture du tableau, seules les valeurs moyennes des variables initiales dans les classes présentant un écart statistiquement significatif à 5% avec la moyenne globale et, à ce titre, les plus significatives de chaque classe (voir encadré méthodologique 3) ont été représentées. Les nombres figurés en caractères normaux représentent les valeurs moyennes significativement supérieures à la moyenne globale (valeurs-tests supérieures à 2). Les nombres figurés sur fond gris représentent les valeurs moyennes significativement inférieures à la moyenne globale (valeurs-tests inférieures à 2).

b. Interprétation des trois classes dégagées

Classe 1 : Des décisions de localisation à l'origine de difficultés de coordination dans le fonctionnement de l'entreprise

La classe 1 est la plus petite des trois classes dégagées puisqu'elle ne regroupe que 9 observations. Du fait de son faible effectif, il existe un risque notable que les caractéristiques de cette classe aient été biaisées par la présence éventuelle d'une ou de plusieurs observations atypiques. Or, les informations fournies par SPAD indiquent que deux des observations de la classe (les observations N°99 et 63) se distinguent assez nettement des autres en fonction des variables utilisées pour réaliser l'analyse typologique (voir annexe 2.3.2.). Ces deux observations constituent d'ailleurs une classe à part entière lors de l'étape précédente de la procédure d'agrégation (partition en quatre classes). Ces informations devraient en théorie inciter à la prudence dans l'interprétation d'ensemble de la classe. Dans la pratique, l'examen des résultats de la partition en quatre classes indique que les deux observations atypiques sont caractérisées par des difficultés de mise en œuvre de nature analogue à celles de l'ensemble des autres observations composant la classe 1. L'amplitude des difficultés rencontrées est simplement plus forte dans les deux premiers cas que dans le reste de la classe.

Une interprétation d'ensemble de la classe 1 est donc proposée ci-après. Un dernier paragraphe permettra de revenir plus en détails sur les deux observations distinguées ci-dessus.

Des difficultés de coordination propres à l'entrée dans de nouvelles aires géographiques

Les décisions de la classe 1 présentent des caractéristiques bien particulières. Les choix de localisation regroupés au sein de cette classe concernent, soit des sites de services (6 cas), soit des sites de production industrielle (3 cas). La création de ces sites correspond à des transferts partiels d'activités (5 cas) ou à des créations *ex-nihilo* de nouvelles capacités (4 cas). En outre, la plupart de ces nouveaux sites acceuillent, après un an d'activité, une part significative de l'effectif salarié de l'entreprise considérée dans son ensemble (entre 10% et 49% dans 6 cas et entre 50% et 99% dans un cas). La mise en œuvre de ces décisions de localisation se traduit de ce fait par un accroissement sensible de l'effectif total de l'entreprise considérée.

Surtout, la décision étudiée représente la première implantation de l'entreprise dans une nouvelle région dans 5 cas et dans un nouveau pays dans un autre cas. A l'inverse, une seule entreprise était déjà présente, au préalable, dans la commune ou l'agglomération urbaine

qu'elle a choisie pour y implanter son nouveau site. Ces choix de localisation dans de nouvelles aires géographiques sont destinés à compléter le réseau des implantations (commerciales ou productives) existantes de l'entreprise afin de lui assurer une meilleure couverture du territoire.

La lecture des tableaux 3.104 et 3.105 révèle que ce type bien spécifique de situation de décision est à l'origine de difficultés particulières dans les premiers temps du fonctionnement du nouveau site. Ces difficultés ne sont pas attribuables, comme le cadre conceptuel utilisé le laisserait penser au premier abord, à la méconnaissance relative, par les décideurs, de l'aire géographique choisie pour y implanter le nouveau site. Elles reflètent plutôt l'émergence, suite à l'ouverture de ce dernier, de problèmes de coordination internes à l'entreprise, d'une part, et entre l'entreprise et ses partenaires commerciaux, d'autre part.

En interne, ces problèmes sont directement imputables à l'importance de la distance géographique entre le nouveau site et les sites préexistants de l'entreprise, en particulier son siège social. L'introduction de cette distance géographique au sein de l'entreprise perturbe logiquement son organisation logistique qui doit être repensée en profondeur. Les difficultés de contrôle de l'activité du nouveau site par la direction sont d'autant plus durement ressenties que les entreprises concernées sont petites ou moyennes (7 des entreprises de la classe 1 sont des PME). Les dirigeants de PME tendent en effet à privilégier la supervision directe comme mode de coordination interne, s'appuyant pour cela sur la communication informelle et de fréquents contacts en face-à-face que la distance physique rend plus problématiques. Ces difficultés de coordination n'ont en outre pas nécessairement été bien anticipées en raison du relatif manque d'expérience de ce type de décision de la part des entreprises de cette classe.

Les problèmes de logistique apparus dans les relations avec les partenaires commerciaux de l'entreprise sont plus surprenants. Une bonne part des décisions de localisation de la classe est en effet destinée à fluidifier, grâce à une proximité géographique accrue, les déplacements de marchandises et de personnes entre l'entreprise et certains de ses clients ou de ses fournisseurs. Il se peut cependant que la réalité ne soit pas à la hauteur des améliorations escomptées dans ce domaine, soit en raison de prévisions exagérément optimistes liées au manque d'expérience de ce type de situation de décision par les entreprises, soit parce que la désorganisation provoquée en interne par l'ouverture du nouveau site génère également des dysfonctionnements dans ce domaine. Il convient toutefois de rappeler que les choix de localisation étudiés résultent généralement de compromis entre des

exigences multiples et parfois contradictoires. Ainsi, la volonté de se rapprocher de certains clients qui caractérise les décisions de cette classe a pu reléguer au second plan les relations avec les fournisseurs de l'entreprise. En outre, même si l'ouverture du nouveau site facilite l'organisation des flux de marchandises et de personnes avec les clients situés à proximité immédiate, il n'en est pas nécessairement de même avec les clients plus éloignés que le nouveau site est également censé desservir. La qualité du service rendu peut s'en ressentir, ce qui provoque des plaintes de la part de cette deuxième catégorie de clients, rendant ainsi les problèmes logistiques locaux d'autant plus visibles aux yeux des répondants.

L'ampleur et la conjonction de ces différentes difficultés de fonctionnement, même si elles affectent les coûts d'exploitation du nouveau site, ne remettent pas en cause la satisfaction générale des décideurs par rapport à la localisation choisie. La variable traduisant l'appréciation globale de cette localisation par les répondants a même reçu une note moyenne plus élevée dans cette classe que dans l'ensemble de l'échantillon (4,67 contre 4,52), bien que cette différence ne soit pas statistiquement significative. Cette notation témoigne de la confiance des répondants dans la capacité de leur entreprise à s'adapter pour faire face à sa nouvelle organisation. Les difficultés rencontrées sont de ce fait perçues comme transitoires. Même s'ils n'ont pas nécessairement bien anticipé leur intensité, les décideurs considèrent que ces difficultés sont destinées à disparaître après une inévitable phase de transition.

La conduite du projet de nouveau site confrontée à des obstacles mineurs

En comparaison des difficultés de fonctionnement signalées par les répondants, les obstacles rencontrés dans la conduite du projet de nouveau site, avant l'ouverture de ce dernier, apparaissent mineurs. Ces obstacles sont avant tout d'ordre matériel. Ainsi, la date de mise en service de trois des nouveaux sites de la classe 1 a été repoussée par rapport à la date initialement prévue en raison de retards dans la mise à disposition des nouveaux locaux.

Il est néanmoins intéressant de constater que les décisions de localisation de cette classe ont suscité relativement plus d'oppositions en interne que l'ensemble des décisions étudiées. Même si cette opposition interne demeure bien modeste en moyenne[119], ce résultat signale que le caractère stratégique des décisions de la classe 1 et l'ampleur des changements qu'elles induisent ont été clairement perçus au sein des entreprises. Ils ont de ce fait pu suscité quelques inquiétudes en interne. D'ailleurs, l'attention particulièrement forte portée par la direction générale aux décisions de localisation de cette classe explique probablement en

partie les notes moyennes relativement élevées accordées par les répondants (dont 8 occupent des fonctions de direction générale) aux items concernant les difficultés de fonctionnement des sites nouvellement créés. Le fait que ces nouveaux sites accueillent, pour la plupart, une proportion significative de l'effectif total de l'entreprise justifie ainsi que l'évolution de leur activité fasse l'objet, dans un premier temps du moins, d'un suivi particulièrement étroit de la part de la direction générale.

Le caractère atypique des deux décisions de localisation à l'étranger

Les observations les plus atypiques de la classe 1 correspondent aux deux seules décisions de localisation à l'étranger que compte cette classe. Elles se caractérisent par l'apparition, suite à la mise en service du nouveau site, de difficultés de coordination remarquablement fortes ainsi que d'un taux de rotation du personnel local très nettement supérieur aux prévisions (l'item « taux de turn over plus élevé que prévu » a reçu la note maximale dans les deux cas). Ces caractéristiques spécifiques sont le reflet du manque d'expérience particulièrement criant des deux entreprises concernées par rapport à ce type de situation de décision puisqu'il s'agit, dans les deux cas, d'une première implantation industrielle en propre à l'étranger[120]. A cela s'ajoute leur relatif manque d'expérience par rapport au pays choisi.

Dans ces conditions, les décideurs doivent non seulement faire face aux difficultés de coordination et d'organisation que pose la distance géographique considérable entre le nouveau site et les implantations préexistantes de leur entreprise, mais ils doivent également surmonter leur relative méconnaissance des conditions locales d'exercice d'une activité de production. La gestion de la main d'œuvre embauchée localement semble poser des problèmes particulièrement aigus dont les symptômes sont un turn over élevé ainsi que des difficultés de motivation de cette main d'œuvre et même une certaine agitation sociale sur le nouveau site. A leur décharge, il convient de préciser que ces deux entreprises ont disposé d'une marge de manœuvre réduite dans leur choix de localisation : l'une d'elles a en effet été contrainte, pour sécuriser son approvisionnement en matières premières, de s'implanter à proximité immédiate de l'unité de production de son principal fournisseur. La deuxième a

[119] Avec une note moyenne de 0,89, voir tableau 3.104.
[120] Ces informations ont été obtenues au cours d'entretiens réalisés en complément du questionnaire avec les deux répondants concernés.

pour sa part été guidée dans son choix par la disponibilité de bâtiments industriels correspondant précisément à ses besoins très spécifiques.

Tableau 3.105 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 1 (n=9)[121]

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Difficultés rencontrées	Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux de l'entreprise Problèmes de contrôle de l'activité du site Difficultés de motivation du personnel du site Coûts d'exploitation plus élevés que prévus Retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux Opposition interne Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet	
Autres variables illustratives métriques	« Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire. »	
Modalités des variables illustratives nominales	Décision de localisation prise en 2002 (3 cas) Aucun site préalablement implanté dans la région choisie (5 cas) L'effectif du nouveau site représente de 10% à 49% de l'effectif total de l'entreprise (6 cas)	Transfert avec fermeture du ou des site(s) d'origine (aucun cas)

[121] A l'intérieur de chacune des catégories du tableau, les variables sont présentées par ordre de valeur-test décroissante en valeur absolue. Cela revient à dire, par exemple, que le facteur de localisation proposé en premier est le plus caractéristique de la classe 1, en négatif ou en positif, c'est-à-dire celui en fonction duquel les décisions de la classe 1 se distinguent le plus fortement de l'échantillon dans son ensemble. Le facteur de localisation proposé en deuxième est le deuxième plus caractéristique de la classe 2, et ainsi de suite tant qu'il existe un écart statistiquement significatif à 5% entre la moyenne globale (ou la proportion globale pour les variables nominales) et la moyenne (ou la proportion de la modalité) dans la classe.

Classe 2 : Des difficultés sensibles dans la gestion des ressources humaines du nouveau site

La classe 2 compte 19 observations. Elle se singularise avant tout par l'ampleur des difficultés rencontrées dans la gestion des ressources humaines rattachées au nouveau site.

Parmi ces difficultés, les plus durement ressenties, et ce avant même que le nouveau site n'entre effectivement en activité, concernent le recrutement du personnel local. Les décisions de localisation regroupées au sein de la classe 2 nécessitent en effet un effort important de recrutement de la part des entreprises concernées. Ainsi, l'ouverture du nouveau site entraîne, dans 14 cas sur 19, un accroissement significatif de l'effectif total de l'entreprise. Les 5 cas restants correspondent à des opérations de transferts d'activités, souvent sur des distances géographiques importantes (dans deux cas le nouveau site a été implanté dans une région différente de celle du ou des sites d'origine des activités transférées et dans un autre cas dans un pays différent). L'ampleur géographique de ces transferts ne permet généralement pas de conserver les salariés en poste. L'embauche de nouveaux salariés s'impose donc aussi dans ces occasions.

Or, il semble que les entreprises éprouvent d'importantes difficultés à recruter localement et, par la suite, à conserver le personnel dont elles ont besoin. Aux problèmes initiaux de recrutement s'ajoutent en effet, au sein du personnel nouvellement embauché, des difficultés de motivation et un turn over supérieur aux prévisions, voire même, dans certains cas, des mouvements sociaux. Les différentes difficultés rencontrées dans la gestion locale du personnel apparaissent donc étroitement liées entre elles.

Ces difficultés peuvent être attribuées en partie à une mauvaise adéquation entre les besoins en main d'œuvre du nouveau site et les caractéristiques du marché du travail local auquel il est confronté. Cette inadéquation est le résultat des fortes pressions coercitives exercées par des clients importants sur certaines des entreprises de cette classe afin d'infléchir leurs choix de localisation, la réflexion en matière de ressources humaines se trouvant de ce fait reléguée au second plan par les préoccupations commerciales. Deux des répondants ont en effet indiqué que le lieu d'implantation du nouveau site avait été imposé par un des principaux clients industriels de leur entreprise, l'exonérant de ce fait de tout effort de recherche en la matière.

Toutefois, dans la grande majorité des cas, les problèmes rencontrés doivent plutôt être attribués à la nature des postes de travail proposés. Les postes d'ingénieurs et de cadres représentant, après un an d'existence, moins de 10% de l'effectif salarié dans 10 des 19 sites

nouvellement créés. La majorité des emplois proposés exigent donc un niveau de qualification relativement faible et leur intérêt intrinsèque est limité, ce qui rend la motivation de la main d'œuvre embauchée d'autant plus difficile, quel que ce soit le lieu géographique. Il est en outre difficile d'évaluer *a priori* la qualité de cette catégorie de main d'œuvre, ce qui rend d'autant plus nécessaire l'existence d'une période d'essai. De fait, les difficultés auxquelles elles se heurtent sur leur nouveau site, aussi importantes soient-elles, ne conduisent pourtant pas les entreprises à remettre en cause le choix de localisation qu'elles ont effectué.

Les difficultés rencontrées dans la gestion des ressources humaines à l'échelle locale sont perçues avec d'autant plus d'acuité par les décideurs que le recrutement de personnel correspondant aux besoins constitue un facteur déterminant du bon fonctionnement, actuel et futur, du nouveau site. L'attention de ces décideurs tend de ce fait à se concentrer sur cette catégorie de difficultés. Elles sont toutefois perçues par les répondants comme des péripéties propres à la phase de mise en route du nouveau site, même si elles peuvent affecter sensiblement, durant cette phase, le niveau des coûts d'exploitation dudit site. Comme dans la classe 1, elles sont donc appelées à s'atténuer, sinon à disparaître complètement au fil du temps.

Une plus forte proportion des entreprises de la classe 2 a été confrontée à des difficultés avant l'ouverture du nouveau site par rapport à la classe 1 (prés de 95% contre 67%, voir tableau 3.106). Néanmoins, les difficultés signalées dans la conduite du projet de nouveau site concernent surtout le recrutement. Quelques difficultés notables apparaissent également pour l'obtention des aides publiques sollicitées par les entreprises, en particulier dans le cadre de projets de nouvelles usines (13 cas) réalisée par l'achat de terrain(s) et la construction de bâtiment(s) (7 cas) ou l'achat de locaux d'activité ou de bâtiments existants (2 cas). Les problèmes rencontrés dans ce domaine ne sont pas rédhibitoires. Néanmoins, l'accord des aides demandées nécessite parfois de longues négociations avec les pouvoirs publics et oblige, dans certains cas, à modifier le projet initial, ce qui peut retarder la mise en service effective du nouveau site (5 des nouveaux sites de la classe 2 sont entrés en service après la date initialement prévue).

Tableau 3.106 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 2 (n=19)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Difficultés rencontrées	Difficultés de recrutement avant l'ouverture du nouveau site Difficultés de recrutement après l'ouverture du nouveau site Taux de turn over plus élevé que prévu Coûts d'exploitation plus élevés que prévus Difficultés de motivation du personnel du site Mouvements sociaux Difficultés dans la négociation des aides publiques	
Autres variables illustratives métriques	« Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire. »	
Modalités des variables illustratives nominales	Difficultés dans le fonctionnement du nouveau site (19 cas) Difficultés dans la conduite du projet de nouveau site (18 cas) Moins de 10% d'ingénieurs et de cadres dans l'effectif du nouveau site après un an d'activité (10 cas) La création du nouveau site a occasionné un accroissement significatif de l'effectif de l'entreprise (14 cas)	Aucune difficulté dans le fonctionnement du nouveau site (aucun cas) Aucune difficulté dans la conduite du projet de nouveau site (1 cas) La création du nouveau site n'a pas modifié de manière significative l'effectif de l'entreprise (4 cas) Site de services (2 cas) Transfert avec fermeture du ou des site(s) d'origine (4 cas) Site(s) d'origine du transfert implanté dans la même commune ou agglomération urbaine que le nouveau site (3 cas)

Classe 3 : L'absence de difficultés de mise en œuvre significatives

La classe 3 regroupe 66 observations, soit prés des trois-quarts du total des observations actives de l'analyse typologique. Malgré sa taille très importante, cette classe apparaît remarquablement compacte, aucune observation ne s'écartant sensiblement de son centre de gravité (voir annexe 2.3.2.).

Un premier examen des caractéristiques de la classe dans les tableaux 3.104 et 3.107 indique qu'elle regroupe des décisions de localisation dont la mise en œuvre n'a pas occasionné de difficulté significative aux entreprises concernées. La répartition très déséquilibrée de l'ensemble des 94 observations dans les trois classes de la partition ne constitue donc pas un biais imputable aux traitements statistiques réalisés. Au contraire, la masse disproportionnée de la classe 3 au regard de celles des deux autres classes reflète simplement la faiblesse des difficultés de mise en œuvre des décisions étudiées signalées par la plupart des répondants. Cette caractéristique d'ensemble est d'ailleurs clairement visible dés les analyses univariées présentées dans la section 4.1. (voir plus haut).

Des choix de localisation volontairement destinés à limiter les difficultés rencontrées

L'ensemble des items proposés aux répondants a donc obtenu, au sein de la classe 3, une note moyenne inférieure à une moyenne générale déjà faible. Les difficultés rencontrées dans les premiers temps du fonctionnement du nouveau site sont particulièrement minimes. Ainsi, 28 des répondants de cette classe déclarent que leur entreprise ne s'est heurtée à aucune difficulté digne d'être signalée après l'ouverture de son nouveau site.

Si la mise en œuvre des décisions de localisation de cette classe pose si peu de problèmes aux entreprises, c'est en raison des caractéristiques mêmes de ces décisions. Les lieux d'implantation choisis représentent en effet dans leur très grande majorité une solution de continuité par rapport aux implantations existantes de l'entreprise concernée.

39 de ces décisions s'inscrivent dans le cadre d'opérations de transferts totaux d'activités sur de nouveaux sites. Or, la plupart de ces transferts (31 sur 39) ont été réalisés à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine. Les transferts partiels d'activités (11 cas) s'effectuent pour leur part à des échelles plus variées. Ils demeurent toutefois cantonnés à l'intérieur d'une seule et même région dans 6 cas sur 11. Même les nouveaux sites correspondant à la création *ex-nihilo* d'une nouvelle capacité sont implantés en majorité (11 cas sur 16) dans une région où l'entreprise était déjà présente au préalable.

La plupart des décisions de localisation de la classe 3 n'introduisent donc pas de rupture majeure dans l'organisation spatiale des entreprises. Elles n'occasionnent donc pas, en elles-mêmes, de problèmes de coordination significatifs, ni au sein de l'entreprise, ni avec ses principaux partenaires commerciaux. Par ailleurs, les opérations de transferts d'activités, en particulier les transferts totaux, n'entraînant pas de modifications sensibles ni dans les localisations ni dans l'effectif total de l'entreprise concernée, elles n'impliquent pas d'effort de recrutement particulier de sa part.

De manière plus générale, leur présence locale préalable permet aux entreprises de cette classe de mieux estimer *a priori* le taux de turn over et le niveau des coûts d'exploitation du nouveau site.

Si les difficultés dans le fonctionnement du nouveau site apparaissent minimes au sein de la classe 3, c'est donc en grande partie parce que les entreprises ont sciemment cherché à les minimiser au travers de leurs choix de localisation (et qu'elles ont eu la possibilité de le faire). 51 d'entre elles ont ainsi procédé à la recherche d'un lieu d'implantation pour leur nouveau site à l'intérieur d'une région où elles étaient déjà implantées au préalable.

Des difficultés minimisées par les répondants du fait de leur éloignement de la réalité locale

Cette interprétation s'applique néanmoins avec bien plus de pertinence aux décisions des PME qu'à celles des grandes entreprises. Dans ces dernières, le site nouvellement créé accueille généralement (23 cas sur 28) moins de 10% de l'effectif total de l'entreprise. Dans ces conditions, les éventuels problèmes survenant dans le fonctionnement du nouveau site sont considérés par les services centraux comme mineurs puisqu'ils n'affectent, en définitive, qu'une petite partie de l'activité de l'entreprise.

Or, la plupart des répondants de la classe 3 appartenant à de grandes entreprises est rattaché au siège social. Ils ne sont donc pas nécessairement bien informés des difficultés opérationnelles rencontrées à l'échelle locale. Les directeurs fonctionnels n'ont ainsi qu'une vision partielle de ces difficultés, centrée sur celles qui relèvent directement de leur domaine de compétences. Les répondants occupant des fonctions de direction générale sont quant à eux exposés à une autre forme de partialité. En effet, la direction des entreprises de grande taille contrôlant souvent l'activité de leurs différents sites à l'aide de critères économiques et/ou comptables, les difficultés d'ordre opérationnel sont susceptibles de leur échapper tant qu'elles ne se répercutent pas sur ces critères.

La diversité des fonctions occupées par les répondants et les divergences dans leur niveau de connaissance de la situation locale qui en découlent constituent donc une source de biais potentiellement importante dans l'évaluation des difficultés de mise en œuvre des décisions étudiées. Au sein de la classe 3, les quatre répondants ayant des responsabilités locales dans les grandes entreprises ont ainsi signalé, en moyenne, des difficultés bien plus significatives dans le fonctionnement du nouveau site, en particulier dans le domaine de la gestion de ses ressources humaines, que les répondants basés au siège et donc nécessairement plus éloignés de la réalité opérationnelle.

Tableau 3.107 : Tableau récapitulatif des variables actives et illustratives les plus caractéristiques de la classe 3 (n=66)

	Valeurs-tests positives	Valeurs-tests négatives
Difficultés rencontrées		Difficultés de recrutement avant l'ouverture du nouveau site Difficultés de recrutement après l'ouverture du nouveau site Problèmes de contrôle de l'activité du site Taux de turn over plus élevé que prévu Problèmes de logistique avec les autres sites de l'entreprise Difficultés de motivation du personnel du site Coûts d'exploitation plus élevés que prévus Problèmes de logistique avec les partenaires commerciaux de l'entreprise Mouvements sociaux Difficultés dans l'obtention des financements pour le projet Difficultés dans la négociation des aides publiques
Autres variables illustratives métriques		« Le nouveau site complète l'implantation géographique de mon entreprise en lui assurant une meilleure couverture du territoire. »
Modalités des variables illustratives nominales	Aucune difficulté dans le fonctionnement du nouveau site (28 cas) Transfert avec fermeture du ou des site(s) d'origine (39 cas) Transfert d'activités à l'intérieur d'une même commune ou agglomération urbaine (31 cas) La création du nouveau site n'a pas modifié de manière significative l'effectif de l'entreprise (38 cas) L'entreprise possédait au préalable, un ou plusieurs sites dans la même commune ou agglomération urbaine que le nouveau site (31 cas) Aucune difficulté dans la conduite du projet de nouveau site (25 cas)	Difficultés dans le fonctionnement du nouveau site (38 cas) La création du nouveau site a occasionné un accroissement significatif de l'effectif de l'entreprise (28 cas) Aucun site de l'entreprise préalablement implanté dans la région choisie (9 cas) Difficultés dans la conduite du projet de nouveau site (41 cas) Transfert sans fermeture du ou des site(s) d'origine (11 cas)

4.5. L'étude des relations entre les acteurs de la décision, les facteurs de localisation pris en considération et les difficultés de mise en oeuvre

4.5.1. Croisement entre les typologies en fonction des acteurs de la décision et en fonction des difficultés de mise en œuvre des décisions prises

Le croisement entre les classes de la typologie en fonction des acteurs de la décision et les classes de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre des décisions ne donne pas de résultat significatif (tableau 3.108).

On notera toutefois, à la lecture du tableau 3.108, que la mise en œuvre de l'ensemble des décisions de localisation de la classe 3 de la typologie sur les acteurs de la décision n'a posé aucun problème notable aux entreprises concernées.

Le fort degré d'implication des acteurs locaux (le futur responsable du nouveau site mais aussi les salariés directement concernés) dans la prise de la décision qui caractérise cette classe semble avoir porté ses fruits. La faible amplitude géographique des transferts d'activités que regroupe cette classe épargne ainsi aux entreprises les éventuelles conséquences négatives qu'aurait pu avoir la création du nouveau site sur le personnel transféré à cette occasion. Elle leur permet en particulier de conserver, pour l'essentiel, les salariés en place.

Tableau 3.108 : Croisement de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre avec la typologie en fonction des acteurs de la décision

		Typologie en fonction des acteurs de la décision				
	Classe	1	2	3	Total	Valeur du chi-deux
Typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre	1	77,8%	22,2%	0%	100% (9)	4,187
	2	78,9%	21,1%	0%	100% (19)	
	3	80%	10,8%	9,2%	100% (65)	
	Total	79,6%	14%	6,5%	100% (93)	

Les ANOVA réalisées sur les variables initiales concernant le rôle des différents acteurs internes et externes aux entreprises dans la prise de la décision de localisation n'apportent que peu d'informations supplémentaires (tableau 3.109).

Les décisions de localisation de la première classe de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre sont les seules à subir une influence de la part d'organismes

bancaires parties prenantes dans le projet de nouveau site. En effet, l'obtention de financements extérieurs est, au sein de cette classe, un facteur déterminant de la faisabilité du projet, ce dernier représentant une opération de croissance interne d'envergure pour des entreprises de taille relativement petite. Elles n'en sont que plus sensibles aux difficultés rencontrées dans ce domaine et sont de ce fait prêtes, dans une certaine mesure, à modifier leur choix de localisation initial, si cette modification peut faciliter l'obtention des ressources financières qu'elles recherchent.

Tableau 3.109 : Croisement entre le rôle des acteurs internes et externes dans la décision et l'appartenance aux classes de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre

Acteurs de la décision de localisation	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Moyenne générale	F	Probabilité (p< 5%)
Effectif	**9**	**19**	**65**	**93**		
Influence de banque(s) participant au projet	0,78	0	0	0,08	11,316	0,000
Influence de client (s)	1	1,63	0,28	0,62	6,605	0,002

D'autre part, les décisions des deux premières classes apparaissent particulièrement exposées aux pressions exercées par certains clients ou donneurs d'ordres de l'entreprise afin que les choix réalisés dans ce domaine leurs soient les plus favorables possibles. De ce fait, les entreprises sont contraintes, dans ces deux classes, d'implanter leur nouveau site de manière à préserver leurs intérêts commerciaux. Ce faisant, elles relèguent au second plan des considérations importantes de nature logistique ou humaine. Leur relative négligence dans ces deux domaines occasionne des difficultés supérieures à la moyenne de l'échantillon après l'entrée en service du nouveau site.

De manière générale, bien peu de relations apparaissent dans l'échantillon entre la configuration du processus de décision, vue sous l'angle du rôle tenu par les différents intervenants, internes et externes à l'entreprise, et les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre de cette décision.

4.5.2. Croisement entre les typologies en fonction des facteurs de localisation et en fonction des difficultés de mise en œuvre des décisions prises

Des relations bien plus fortes existent entre les classes de la typologie en fonction des facteurs de localisation pris en considération par les décideurs et celles de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre puisque le chi-deux associé à ce tri croisé est significatif à 5% (tableau 3.110).

Tableau 3.110 : Croisement de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre avec la typologie en fonction des facteurs de localisation

		Typologie en fonction des facteurs de localisation						
	Classe	1	2	3	4	5	Total	Valeur du chi-deux
Typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre	1	0%	11,1%	11,1%	33,3%	44,4%	100% (9)	16,256*
	2	10,5%	15,8%	42,1%	5,3%	26,3%	100% (19)	
	3	15,2%	19,7%	18,2%	4,5%	42,4%	100% (66)	
	Total	**12,8%**	**18,1%**	**22,3%**	**7,4%**	**39,4%**	**100% (94)**	

* Chi-deux significatif à 95%

Ainsi, la mise en œuvre des décisions des classes 1 et 2 de la typologie en fonction des facteurs de localisation ne pose pas, dans la plupart des cas, de difficulté particulière. Au sein de ces deux premières classes, les entreprises ont axé leur réflexion sur l'obtention ou la conservation des ressources les plus importantes pour le bon fonctionnement de leur nouveau site. Ces stratégies se révèlent payantes *a posteriori*, du moins à court terme.

A l'inverse, au sein de la classe 3, les entreprises se heurtent à des difficultés notables dans la gestion des ressources humaines du nouveau site. Toutefois, ces difficultés sont, comme cela a été noté plus haut, plus liées à la nature des emplois offerts sur le nouveau site (il s'agit pour l'essentiel d'emplois de production ne nécessitant pas de niveau de qualification particulièrement élevé), voire aux niveaux de salaire proposés, qu'au choix de localisation en lui-même.

D'importants problèmes de coordination apparaissent dans la classe 4. En effet, l'obtention des ressources très spécifiques et localisées qu'elles recherchent et l'utilisation, pour ce faire, des réseaux de relations personnelles de leurs dirigeants conduisent certaines des entreprises de cette classe à s'implanter loin de leurs bases, au grès des opportunités qui

s'offrent à elles. Or, ces entreprises ne paraissent pas très à même de faire face efficacement à la disjonction géographique que ces choix de localisation introduisent en leur sein.

La mobilisation, par les décideurs, de leurs réseaux sociaux, pour trouver un lieu d'implantation adapté aux besoins du nouveau site n'apparaît donc pas, *a posteriori*, comme une très bonne stratégie. En effet, elle se traduit, contrairement à ce que laisse entendre la littérature sur le sujet, par l'apparition localement de difficultés importantes dans la gestion du nouveau site. Une évaluation plus complète des conséquences en termes de performance de ces choix de localisation « encastrés » nécessiterait de savoir si les difficultés signalées perdurent à plus long terme.

Si la mise en œuvre de la plupart des décisions de la classe 5 ne pose guère de difficultés, une minorité significative d'entre elles occasionne des problèmes importants de coordination ou de gestion des ressources humaines du nouveau site. Ce résultat recoupe celui obtenu précédemment et concernant le rôle des différents acteurs internes et externes à l'entreprise dans la prise de décision. En effet, dans les neuf cas où la mise en œuvre de la décision de localisation a fait émerger des difficultés significatives, la simplicité de la réflexion préalable à la prise de cette décision est due au poids des contraintes pesant sur les entreprises. Or, ces contraintes reflètent en grande partie les pressions explicites exercées par certains clients ou donneurs d'ordres importants pour que le nouveau site soit implanté à proximité immédiate de l'un des leurs.

Dans ces conditions, l'entreprise n'est pas en mesure de choisir un lieu d'implantation qui corresponde aux besoins effectifs du nouveau site. Et les difficultés de fonctionnement rencontrées sont d'autant plus fortement ressenties par les répondants que ces choix de localisation sont imposés de l'extérieur à leur entreprise.

En guise de synthèse

Les difficultés rencontrées par les entreprises de l'échantillon lors de la mise en œuvre de leurs décisions de localisation, tant avant qu'après l'ouverture de leur nouveau site, apparaissent très faibles en moyenne, aux dires des répondants. Elles se concentrent en outre sur certaines situations de décision bien spécifiques. Les résultats de l'analyse typologique pratiquée sur cet ensemble thématique de variables confirment cette première impression :

Une première classe réunit des décisions de localisation qui s'insèrent dans des opérations importantes de croissance interne des entreprises concernées. Elles sont en outre réalisées en majorité loin de leurs implantations préexistantes. Elles sont de ce fait à l'origine de dysfonctionnements notables dans l'organisation logistique de l'entreprise, tant en interne qu'avec ses partenaires commerciaux. La disjonction géographique introduite dans les entreprises par ces décisions rend également difficile le contrôle de l'activité du nouveau site par la direction. Ces difficultés, bien que significatives, apparaissent toutefois passagères aux yeux des répondants. Elles ne les conduisent pas à une remise en cause de leur choix et ce d'autant moins que ce choix est souvent réalisé sous la pression de clients importants de leur entreprise.

La deuxième classe se caractérise par des difficultés significatives dans la gestion des ressources humaines du nouveau site, tant au niveau du recrutement que de la motivation du personnel. Ces difficultés n'apparaissent cependant pas, pour l'essentiel, imputables au choix de localisation en lui-même. Elles sont plutôt liées aux caractéristiques des situations de décision correspondantes, qui impliquent des efforts de recrutement importants, et à la nature des postes à pourvoir, qui ne sont pas nécessairement très motivants ni très rémunérateurs.

La dernière classe regroupe les trois-quarts des observations. Elle se caractérise par la faiblesse remarquable des difficultés de mise en œuvre des décisions prises. Cette caractéristique d'ensemble reflète en grande partie la volonté explicite des dirigeants de limiter, par leur choix de localisation, ces difficultés de mise en œuvre notamment en restreignant l'ampleur géographique des transferts d'activités sur de nouveaux sites.

Les résultats obtenus n'indiquent pas que les comportements de préférence pour les aires géographiques connues permettent, à court terme, d'éviter des difficultés de fonctionnement liées au manque de familiarité avec les localisations choisies. Au contraire, une bonne part des choix de localisation de la classe 4 de la typologie en fonction des facteurs de localisation, pourtant guidés par la configuration spatiale des réseaux sociaux des décideurs, exposent l'entreprise, lors de leur mise en œuvre, à d'importants problèmes d'organisation (classe 1 de la typologie en fonction des difficultés de mise en œuvre). En effet, ces logiques de choix ne sont pas destinées à aplanir les difficultés opérationnelles associées à l'implantation dans un environnement local méconnu mais visent plutôt à accéder à des ressources spécifiques distantes. Leurs conséquences sur la performance doivent donc s'évaluer à moyen ou long terme plutôt que dans le court terme.

CONCLUSION GENERALE

Objectifs et apports de la recherche

L'objectif général de la recherche a été posé dés l'introduction et développé dans la partie 2, chapitre 1. Il s'agissait de mettre à jour les éléments qui guident, dans les faits, les entreprises des secteurs de l'industrie manufacturière et de la réalisation de logiciels dans leurs choix de nouvelles localisations. Cet objectif n'a en soi rien d'original, pas plus que la méthode de collecte des données empiriques mise en œuvre pour l'atteindre. En effet, de nombreuses enquêtes par questionnaire ont été réalisées (et continuent de l'être) auprès des entreprises, par des chercheurs, par des consultants ou encore par des organismes publics tels que la DATAR, en vue de connaître les critères les plus déterminants dans leurs choix de localisation.

Toutefois, la rigueur des démarches méthodologiques employées présente des défaillances telles que la plupart des travaux ainsi produits s'apparentent plus à des études qu'à des recherches (Evrard et alii, 2000).

En s'inscrivant clairement dans une logique académique d'accumulation des connaissances, notre ambition était de réduire autant que faire se pouvait les conséquences de ces défaillances. La construction du questionnaire d'enquête, de même que la conception de la procédure d'échantillonnage ont ainsi pris appui sur les apports des travaux préexistants. Une mise en relation des choix structurant la thèse avec la littérature permet de mieux cerner la contribution apportée au corpus des connaissances précédemment produites sur la thématique de la localisation d'entreprises. Cette contribution se situe à deux niveaux :

- dans la combinaison entre un cadre conceptuel associant aversion pour le risque et logiques économiques et une méthodologie de l'enquête par questionnaire ;
- dans l'adoption d'un point de vue gestionnaire sur les décisions de localisation.

La combinaison entre un cadre conceptuel associant aversion pour le risque et logiques économiques et une méthodologie de l'enquête par questionnaire

Les recherches préexistantes soulignent la difficulté qu'il y a, pour les décideurs, à relier *a priori* le choix d'une localisation particulière pour un nouveau site spécifique à la performance de leur entreprise. Dans ces conditions, la rationalité économique ne saurait à elle seule rendre compte de la décision prise *in fine*. Cela est d'autant plus vrai que, pour une

décision donnée, un nombre important de localisations alternatives économiquement viables s'offrent aux entreprises, en particulier à l'intérieur d'un même territoire national.

L'hypothèse formulée est que la solution retenue constitue un compromis entre les contraintes techniques et économiques pesant sur l'entreprise et la volonté des décideurs de limiter les risques associés à la création d'une nouvelle implantation. En conséquence, ces derniers utiliseraient, comme points de repère pour les guider dans leur processus de choix, les implantations existantes de leur propre entreprise (comportements d'inertie spatiale), les implantations existantes d'autres entreprises similaires à la leur (comportements mimétiques) ou encore leurs réseaux de relations personnelles.

Les fondements conceptuels de cette hypothèse ont été posés de longue date. Leur exploration empirique n'a cependant été réellement entreprise que récemment et elle a pris exclusivement la forme d'études économétriques sur données secondaires. Certains des points de repère cités précédemment ont également été mis en exergue dans quelques-unes des nombreuses enquêtes par questionnaire réalisées sur ce thème. Ils y sont généralement qualifiés de facteurs « personnels » (Aydalot, 1985) et interprétés comme les signes d'une imbrication des logiques d'entreprises avec les préférences personnelles des décideurs. Dans cette perspective, les choix de localisation apparaissent en partie « irrationnels » et aléatoires (Méchin, 2001) au sens où ils échappent à toute logique organisationnelle discernable. Cette interprétation a un pouvoir explicatif indéniable, en particulier pour les décisions de localisation des PME. A la lumière des travaux de recherche récents, elle ne nous apparaît toutefois pas pleinement satisfaisante.

En effet, les comportements inertiels, mimétiques ainsi que l'utilisation, par les décideurs, de leurs réseaux sociaux peuvent tout à fait relever de manœuvres délibérées (dans le cadre d'une perspective « utilitariste » sur les réseaux sociaux, Huault, 2004) de leur part traduisant une aversion pour le risque que représente, pour leur entreprise, l'entrée dans un environnement local nouveau et méconnu. Notre propos était donc d'évaluer empiriquement la pertinence de cette explication.

L'originalité de la recherche réside dans la combinaison entre ce cadre conceptuel particulier et le recours à la méthode de l'enquête par questionnaire.

Le questionnaire a été conçu dans le prolongement de la perspective théorique adoptée. Bien qu'il s'articule autour de l'identification des motivations explicites des choix de localisation étudiés, il permettait également la collecte de données sur le déroulement du processus de prise de décision et, plus particulièrement, sur l'identification des différents acteurs internes et externes à l'entreprise qui y ont pris une part active. En effet, dans des

situations de décision aussi ambiguës et peu structurées que le sont les choix de nouvelles localisations, la configuration du processus de décision est susceptible d'influer de manière significative sur la nature de la décision finale (Hayter, 1997 ; Mintzberg et alii, 1976).

L'adoption d'un point de vue gestionnaire sur les décisions de localisation

L'autre originalité de la thèse consiste à aborder la thématique des décisions de localisation dans une optique de gestion des entreprises. Dans cette perspective, étudier la manière dont les entreprises résolvent, dans les faits, les problématiques de choix de nouvelles localisations qui se posent à elles doit concourir, *in fine*, à une amélioration des pratiques managériales dans ce domaine.

A cette fin, une partie du questionnaire se rapportait aux éventuels coûts cachés et dysfonctionnements apparus lors de la mise en œuvre des décisions de localisation étudiées, permettant ainsi de conférer à l'analyse un caractère plus normatif.

Par ailleurs, la population enquêtée a été délimitée de manière à restituer le plus fidèlement possible la diversité des situations de décisions auxquelles les entreprises du champ sectoriel couvert par la recherche sont effectivement confrontées, à l'exception toutefois des décisions de localisation de sièges sociaux, les préférences personnelles des dirigeants d'entreprises étant particulièrement susceptibles d'y jouer un rôle central. Cette approche tranche avec les travaux antérieurs qui adoptent, pour la plupart, le point de vue des collectivités territoriales et, de manière plus large, celui des acteurs de l'offre sur le marché de l'implantation. Ils se concentrent de ce fait sur les décisions de localisation ayant les effets les plus discriminants en matière de développement économique local.

Même s'il n'est pas possible, en raison de l'imperfection des bases de sondage utilisées, de la comparer à celle de la population étudiée, la composition de l'échantillon des réponses obtenues présente une variété tout à fait conforme aux attentes (partie 3, chapitre 1). Les techniques statistiques mises en œuvre sur les données collectées devaient donc avant tout permettre de réduire cette diversité en identifiant des grandes tendances, des regroupements au sein de cet ensemble composite des situations de décision. La méthode de Classification Ascendante Hiérarchique (CAH) précédée, à des fins de résumé de l'information collectée, d'Analyses en Composantes Principales (ACP) était la mieux à même de remplir cette tâche.

Des résultats féconds

Les procédures couplées d'ACP et de CAH ont été mises en œuvre séparément sur trois grands ensembles thématiques de variables issues du questionnaire. Ceux-ci se

rapportaient respectivement aux acteurs de la décision (partie 3, chapitre 2), aux facteurs de localisation pris en considération par les décideurs à l'échelle infra-nationale (partie 3, chapitre 3) et aux difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions de localisation étudiées (partie 3, chapitre 4).

Il n'entre pas dans l'esprit de cette conclusion de reprendre la présentation des différentes classes ainsi mises en évidence, ce travail de synthèse ayant déjà été effectué dans les résumés proposés à la fin des chapitres 2 à 4 de la partie 3.

L'analyse des données d'enquête a été articulée autour de la typologie en fonction des facteurs de localisation. La mise en œuvre des techniques statistiques multivariées a permis de dégager cinq groupes de décisions distinguées en fonction des logiques de choix qui les ont guidées (partie 3, chapitre 3). Ces cinq groupes ou classes ont ensuite été mis en relation avec les classes issues des deux autres typologies thématiques afin, d'une part de dégager des profils plus complets de processus de décision de localisation et, d'autre part, d'identifier les éventuelles incidences des processus décisionnels suivis sur l'ampleur et la nature des difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions prises, à la fois avant et après l'entrée en service du nouveau site.

La pertinence partielle du cadre conceptuel adopté

Globalement, la typologie en fonction des facteurs de localisation laisse transparaître la contingence fonctionnelle des logiques de choix au sein de l'échantillon.

Les décisions de localisation étudiées relèvent donc, à première vue, de logiques d'adaptation rationnelle, par les décideurs, des caractéristiques locales du lieu d'implantation choisi avec les exigences techniques et économiques de fonctionnement des activités accueillies par le nouveau site.

Ces logiques d'adaptation rationnelle sont toutefois tempérées, dans deux des classes dégagées, par des comportements explicites de préférence pour les aires géographiques connues, qu'il s'agisse de mimétisme ou de l'utilisation, par les décideurs, de leurs réseaux de relations personnelles. Ces comportements sont destinés à guider les choix de localisation de sites de services industriels et informatiques, en particulier durant la phase de mise en place d'un réseau maillé d'implantations de ce type sur le territoire français. Il s'agit par ailleurs de faciliter l'entrée de l'entreprise dans des agglomérations d'activités innovantes et son accès aux processus collectifs de création de connaissances nouvelles qu'elles recèlent. Les analyses bivariées réalisées sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale montrent en outre la présence, dans le cadre des décisions de localisation à l'international, de comportements

significatifs de mimétisme et de logiques d'implantation incrémentales (Johanson et Vahlne, 1977).

Les résultats des analyses typologiques confortent donc la pertinence du cadre conceptuel adopté dans la thèse pour l'explication des comportements de localisation des entreprises du champ étudié. Ils constituent à la fois une confirmation et une extension des travaux empiriques préexistants recourant à ce cadre conceptuel. Ils indiquent par ailleurs que la préférence des décideurs pour des aires géographiques connues n'est pas uniquement destinée, au sein de l'échantillon, à diminuer l'incertitude que représente le choix d'une localisation méconnue. Il s'agit également d'accéder à des ressources localisées, distantes du siège social de l'entreprise. L'influence de ces comportements de choix de localisation sur la performance des entreprises concernées ne peut donc se juger uniquement à court terme, au travers de l'apparition de difficultés imprévues sur le lieu d'implantation choisi[122] (Hayter, 1997), mais elle s'évalue plutôt à moyen ou long terme.

Les deux explications principales à la prédominance des logiques inertielles au sein de l'échantillon

La contingence fonctionnelle des logiques de choix de nouvelles localisations, signalée plus haut, ne s'applique toutefois qu'à une partie de l'échantillon. Plus d'un tiers du total des observations se caractérise par une volonté marquée des décideurs de ne pas remettre en cause les choix de localisation antérieurs de leur entreprise, volonté qui se traduit par une inertie spatiale particulièrement prononcée. Cette volonté n'est pas spécifique à une seule des classes dégagées. L'inertie spatiale constitue en effet une caractéristique majeure de l'ensemble des décisions de localisation étudiées. Elle révèle ainsi l'existence de lignes de fracture importantes au sein de l'échantillon que l'analyse typologique sur les facteurs de localisation a eu tendance à masquer.

Ainsi, de manière générale, le processus de prise de la décision de localisation est fortement centralisé au niveau de la direction générale des entreprises concernées. Cette centralisation favorise la primauté du point de vue « égocentré » (Chanteau, 2001) des dirigeants de plus haut niveau.

Les décisions de localisation des PME de l'échantillon se trouvent de ce fait plus soumises aux préférences individuelles de leurs dirigeants qu'à des logiques à proprement

[122] Celles-ci sont d'ailleurs relativement importantes pour une part significative des décisions de la classe 4 de la typologie en fonction des facteurs de localisation.

parler organisationnelles, justifiant ainsi en grande partie l'emploi du qualificatif de « personnelles » pour désigner les logiques de choix de cette catégorie d'entreprises. Ces logiques personnelles vont pour la plupart, au sein de l'échantillon, dans le sens de l'inertie spatiale et tendent ainsi à renforcer l'encastrement de l'entreprise dans son milieu local d'origine, qui est également celui de son ou de ses dirigeants. Les réseaux sociaux jouent donc plus souvent, parmi les décisions étudiées, un rôle de contrainte qu'un rôle d'opportunité dans ce domaine (Huault, 2004).

Dans le cadre des opérations de transferts d'activités sur de nouveaux sites, en particulier lorsque ces transferts entraînent la fermeture ou la cession du ou des sites d'origine, l'intégration par la direction des attentes des acteurs locaux (salariés et responsables de sites concernés par la décision) et les interactions existant avec cette catégorie d'acteurs au cours du processus de prise de décision conduisent les entreprises à infléchir les logiques d'adaptation rationnelle qui ont leur préférence afin de prévenir les éventuelles conséquences humaines néfastes associées aux transferts.

Les entreprises du champ d'analyse ont donc bien intégré dans leurs raisonnements en matière de localisation les coûts cachés, en particulier humains, qui peuvent accompagner une mobilité géographique importante. Elles n'y recourent de ce fait que rarement, du moins au moyen de la création de nouveaux sites.

Ces logiques inertielles, qu'elles concernent les opérations de transferts ou les PME, semblent plutôt inscrites, dans des perspectives de court terme. Elles conduisent à se poser la question des effets de ces choix sur les performances à plus long terme des entreprises et en particulier sur leur capacité à s'ajuster géographiquement aux évolutions de leur environnement.

Le choix de la mobilité géographique, une réponse à des pressions institutionnelles ?

Lorsque les entreprises recourent à la mobilité géographique, en particulier au travers de la création d'une première implantation productive dans un pays étranger, la rationalité sous-jacente à leurs choix de localisation soulève des interrogations. En effet ces décisions, du moins au sein de l'échantillon, ne s'interprètent pas strictement en termes de rationalité économique individuelle, comme en témoignent d'ailleurs les difficultés relativement importantes occasionnées par leur mise en œuvre. Elles relèvent plutôt de logiques d'adaptation des entreprises concernées aux pressions exercées par certains acteurs de leur environnement social, notamment leurs clients industriels les plus importants. Les données

d'enquête indiquent donc que ces choix de localisation peuvent s'interpréter, dans une certaine mesure, en termes de recherche de légitimité au sein d'un champ organisationnel donné et de rationalité institutionnelle.

Les pressions sociales auxquelles sont soumises ces entreprises peuvent avoir influencé, outre leur décision de localisation, le choix de leur mode d'implantation en lui-même. En effet, en l'absence de telles pressions, elles auraient pu choisir de leur plein gré de développer une activité de production à l'international mais en privilégiant, pour ce faire, des stratégies d'implantation plus progressives (par exemple en externalisant une partie de leur activité productive auprès de sous-traitants étrangers avant de s'implanter en propre dans les pays correspondants) ou plus indirectes au travers de l'acquisition d'entreprises locales.

En ce sens, la réflexion sur les choix de nouvelles localisations réalisée dans ce travail doctoral doit être considérée comme un complément aux nombreux travaux de recherche déjà effectués sur la question du choix, par les entreprises, d'un mode d'implantation à l'international.

Limites et perspectives de recherche futures

Il convient, à ce point, de rappeler le caractère exploratoire de la recherche. En ce sens, les objectifs assignés ont été pleinement atteints. En effet, les résultats obtenus permettent à la fois de conforter à partir d'une démarche méthodologique et de l'étude d'un terrain différents les résultats des travaux antérieurs sur les comportements de préférence des décideurs pour les aires géographiques connues (Greve, 2000) et de les compléter en signalant des pistes de recherche futures.

La portée de ces résultats est néanmoins restreinte par un certain nombre de limites tenant à la fois à la méthodologie de l'enquête par questionnaire, à la délimitation du champ d'analyse et à la procédure d'échantillonnage employée.

Les limites tenant à la méthodologie de l'enquête par questionnaire

La méthodologie de l'enquête par voie postale, malgré ses avantages indéniables, constitue, seule, un outil de collecte d'information peu adapté à une compréhension approfondie de processus de décision aussi complexes, subtils, variés et peu structurés que ceux présidant aux choix de nouvelles localisations par les entreprises (Royer et Zarlowski, 2003).

Les données d'enquête ne permettent donc d'obtenir qu'un rendu très frustre et superficiel des circonstances et du déroulement de la prise de décision et en particulier des

mécanismes cognitifs qui la sous-tendent. Elles se prêtent de ce fait à des interprétations plurielles qu'il n'est pas toujours aisé de départager. C'est ce qui nous a incités à procéder à des entretiens complémentaires par téléphone et en face-à-face. Ces entretiens ont fourni, comme cela est clairement visible dans la partie 3 de la thèse, une aide appréciable à l'interprétation des résultats des traitements statistiques réalisés sur les données collectées à l'aide du questionnaire.

D'autre part, les techniques statistiques employées reposent sur des analyses de corrélation. Elles sont de ce fait en mesure de mettre en évidence l'existence d'associations entre variables, voire de mesurer la force de ces associations, mais pas d'indiquer leur nature. En effet, le fait que deux variables soient corrélées ne signifie pas pour autant qu'il y ait entre elles de relation de causalité et, quand bien même il y en aurait une, il n'indique pas le sens de cette causalité (Evrard et alii, 2000). Cette indétermination est encore accrue lorsque l'on se trouve en présence, comme cela est le cas pour les résultats des Classifications Ascendantes Hiérarchiques, de systèmes complexes d'interrelations au sein d'un ensemble de variables de grande taille.

Dans ces conditions, le travail d'interprétation s'est largement appuyé sur le cadre conceptuel préalablement défini, tout en ayant conscience de l'existence d'interprétations alternatives. Une part d'inférence, voire de conjecture, de notre fait demeure donc et conduit à considérer les apports de la recherche avec précautions.

Les limites des approches quantitatives pour la compréhension des mécanismes décisionnels complexes militent en faveur de l'utilisation, pour prolonger cette recherche, de méthodologies plus qualitatives mieux à même de rendre compte de la spécificité des processus individuels de prise de décision, des phénomènes cognitifs et institutionnels qui les affectent et du contexte organisationnel dans lequel ils s'inscrivent.

De nombreux biais peuvent affecter les données collectées à l'occasion d'une enquête par questionnaire administrée par voie postale. Parmi les différents biais distingués par Igalens et Roussel (1998), ce sont les phénomènes de rationalisation *a posteriori* qui sont les plus susceptibles d'avoir faussé les résultats obtenus. Le questionnaire, et plus particulièrement les listes très complètes et détaillées de facteurs de localisation qu'il comprenait, tendait en effet à représenter les décisions de localisation comme le produit de réflexions approfondies et exhaustives. Cette présentation a pu inciter les répondants, qui y sont déjà naturellement enclins sur ce thème (Fischer, 1994), à mettre en avant des motivations qui n'ont pas été explicitement prises en considération au moment du choix de la

nouvelle localisation et à donner ainsi une image bien plus rationnelle, en termes d'efficacité économique, de cette logique de choix qu'elle ne l'a été en réalité.

Les entretiens complémentaires réalisés incitent toutefois à penser que ces comportements de rationalisation *a posteriori* ont été limités au sein de l'échantillon, mais l'éventualité de leur survenance ne peut être totalement écartée. Ce constat signale la pertinence, pour prolonger les résultats de la recherche, du recours à la triangulation entre méthodes et notamment du croisement entre méthodes quantitatives et méthodes qualitatives (Jick, 1979). Parmi ces dernières, l'utilisation conjuguée de différents modes de collecte des données peut également être envisagée pour renforcer la validité des résultats obtenus. Notre expérience nous a cependant montrés que l'observation et la consultation des documents internes à l'entreprise étaient de peu d'intérêt pour l'étude des décisions de localisation, la première en raison de la difficulté qu'il y a à repérer un processus de choix de localisation en cours et la seconde en raison de la remarquable faiblesse des traces écrites que laissent, à quelques exceptions près (voir Pezet, 2000, pour un exemple dans le secteur de l'aluminium), les processus de choix de nouvelles localisations dans les entreprises. La réalisation d'entretiens avec les différents acteurs de la décision apparaît donc comme le mode de collecte de données qualitatives le plus adapté à l'étude de cet objet réel. La réalisation d'entretiens multiples avec l'ensemble des acteurs ayant eu une part active dans la prise de décision et dans sa mise en œuvre apparaît particulièrement féconde. Elle est en effet de nature à mettre à jour les divergences dans les perceptions spatiales (Chanteau, 2001) de ces différents acteurs (en particulier entre la direction générale de l'entreprise et l'échelon local), l'influence que ces divergences exercent sur les caractéristiques de la solution qui est finalement retenue et la satisfaction que ce choix suscite auprès des différentes parties prenantes.

Les limites liées à la définition du champ d'analyse et à la procédure d'échantillonnage

De ce point de vue, la principale restriction à la portée des résultats de l'enquête par questionnaire porte sur leur validité externe. Les imperfections dans les bases de données utilisées pour constituer la population enquêtée constituent un obstacle à l'extrapolation des résultats obtenus sur l'échantillon à l'ensemble de la population étudiée (à savoir les décisions de localisation de nouveaux sites, autres que les sièges sociaux, par les entreprises industrielles et de réalisation de logiciels de nationalité française).

Cette limite pose, de manière plus générale, la question des possibilités d'obtention de bases de données fiables et exhaustives sur les décisions de localisation des entreprises

françaises. Il s'agit là d'un handicap important pour toute recherche future de nature quantitative. Une solution éventuelle consiste à recouper, au moyen de contacts téléphoniques, les informations contenues dans les bases de données disponibles, notamment la base de données SIRENE[123]. Un tel recoupement demande cependant un investissement temporel et financier qui ne permettait guère de l'envisager, étant donnée la taille de la population étudiée, dans le cadre de ce travail doctoral.

La grande diversité du champ d'analyse avait été anticipée. En phase avec le caractère exploratoire de la recherche, elle était pleinement assumée. Malgré tout, la contingence fonctionnelle des résultats de la typologie sur les facteurs de localisation et, dans une moindre mesure, de la typologie sur les difficultés de mise en œuvre des décisions indique que les techniques statistiques employées tendent à mettre en avant, au sein d'un ensemble d'activités aussi diversifié, les logiques techniques et économiques qui sous-tendent le choix de leurs lieux d'implantation et peuvent aboutir de ce fait à une sous-estimation des comportements de préférence pour les aires géographiques connues.

Le choix d'un champ d'analyse plus restreint permettrait en outre de poser des questions plus précises et spécifiques aux activités étudiées. Ainsi, la concentration sur les seules activités de production industrielle autoriserait l'insertion, dans un questionnaire, de questions permettant de connaître la structure des coûts des entreprises répondantes et de relier ensuite cette caractéristique à leur comportement de localisation. De même, des indicateurs de performance opérationnelle plus précis, tels que la productivité, pourraient être mobilisés pour l'évaluation des conséquences en termes de performance du choix de localisation réalisé.

Les apports de cette recherche peuvent donc être utilement complétés par l'étude des comportements de localisation d'un ensemble d'activités spécifiques (Manzagol, 1992) soumises à des jeux de contraintes techniques et économiques relativement similaires.

Dans cette perspective, deux pistes apparaissent, au vu des résultats de la recherche, particulièrement prometteuses :

- l'étude des décisions de localisation d'entreprises au sein de secteurs d'activité relativement récents (à l'image du secteur de la réalisation de logiciels dans notre échantillon) et ne disposant pas, *a priori*, de contraintes spatiales physiques fortes. Il s'agirait alors d'étudier les mécanismes au travers desquels l'organisation spatiale du

[123] C'est la solution retenue par la DATAR pour réaliser son enquête SOCLE sur les décisions de localisation des entreprises françaises (voir dans les annexes de Méchin, 2001).

secteur se met en place et peut aboutir, notamment sous l'influence de forces institutionnelles, à des configurations concentrées similaires à celles observées dans d'autres secteurs d'activité plus anciens. Une approche plus longitudinale que celle employée dans la présente recherche peut alors être envisagée, à partir de l'étude de données secondaires, afin de mettre en perspective les évolutions spatiales du secteur étudié au fil du temps. Cette approche longitudinale pourrait être couplée avec l'étude, plus ponctuelle, des modes de choix de localisation de certaines entreprises au moyen de méthodes qualitatives ;

- l'étude de la manière dont les entreprises d'un secteur industriel plus traditionnel font face à des évolutions importantes survenant dans leur environnement concurrentiel (par exemple, l'arrivée de produits concurrents aux leurs en provenance de pays à coûts de main d'œuvre relativement faibles). Il s'agirait alors de voir dans quelle mesure les différentes entreprises du secteur recourent à la localisation, en particulier à la mobilité géographique, pour s'ajuster à cette évolution. L'analyse des choix de localisation pourrait alors être couplée à l'étude des formes que prend cette localisation (localisation en propre, acquisition d'entreprises ou de sites existants, voire même sous-traitance industrielle). L'étude des logiques sous-jacentes aux choix de localisation s'inscrivant dans des mouvements généralisés (par exemple, de délocalisations productives) est à ce titre particulièrement intéressante. L'analyse des causes et des mécanismes de résistance (ou d'évitement, Pfeffer et Salancik, 1978 ; Oliver, 1991) de certaines entreprises du secteur à ces mouvements généralisés et aux pressions de leur environnement ne l'est pas moins. Il serait souhaitable de mobiliser, pour ce faire, une pluralité d'approches méthodologiques à la fois quantitative (étude sur données secondaires, enquête par questionnaire) et qualitatives (études de cas approfondies au moyen d'entretiens). Dans cette perspective, l'adoption d'une perspective longitudinale apparaît particulièrement intéressante. Elle permettrait notamment de mettre en lumière les conséquences des stratégies de localisation différenciées des entreprises sur leur performance à moyen et long terme.

Une autre thématique de recherche, assez peu explorée en tant que telle en sciences de gestion, apparaît intéressante au vu des résultats obtenus : il s'agit des conséquences humaines des transferts d'activités. Cette question est généralement noyée dans le traitement plus général de conséquences des opérations de restructuration et les aspects géographiques de ces opérations apparaissent de ce fait relativement secondaires. En outre, il faut souligner que les opérations de transferts n'interviennent pas uniquement dans des contextes de réorganisation

ou de suppression d'effectifs. Elles peuvent également survenir dans des phases de développement de l'entreprise, lorsque la croissance de l'activité d'un site nécessite un déménagement, voire parfois plusieurs déménagements successifs, dans des locaux plus vastes.

C'est sur cette thématique à la croisée entre le management stratégique et la gestion des ressources humaines que la confrontation des points de vue des salariés concernés par les transferts et de la direction de l'entreprise peut s'avérer particulièrement féconde non seulement pour la compréhension des mécanismes de la décision, mais également pour l'identification et la prévention des problèmes humains qui sont susceptibles de l'accompagner.

BIBLIOGRAPHIE

ADLER P. & KWON S.-W. (2002), Social capital : prospects for a new concept, *Academy of Management Review*, Vol. 27, N°1, p. 17-40.

AEA (2003), *Defining the high-tech industry – AEA's new NAICS-based industry definition*.

AGRESTI A. (1990), *Categorical data analysis*, Wiley, New York.

ALLARD-POESI F. & MARECHAL C. (2003), Construction de l'objet de la recherche, in THIETART R.-A. et coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, p. 34-56.

ALLOUCHE J. (1986), *Stratégie des entreprises multinationales et gestion des capacités de production excédentaires*, Rapport pour la Commissariat Général au Plan, CERDAG, Université Paris Dauphine, Document ronéoté.

ALLOUCHE J. & AMANN B. (2000), L'entreprise familiale, un état de l'art, *Finance Contrôle Stratégie*, Vol. 3, N°1, p. 33-79.

ANDERSEN O. (1993), On the internationalization process of firms: A critical analysis, *Journal of International Business Studies*, Vol. 24, N°2, p. 209-231.

ANTONELLI C. (1986), Technological districts and regional innovation capacity, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°5, p. 694-705.

ARREGLE J.-L., VERY P. & RAYTCHEVA S. (2003), Capital social et avantages des firmes familiales : Proposition d'un modèle intégrateur, in FRERY F., JOFFRE P. & LAROCHE H. (dir.), *Perspectives en management stratégique, Tome IX*, 2001-2002, EMS, Collombelles.

ARTHUIS J. (1993), *Les délocalisations et l'emploi - Mieux comprendre les mécanismes des délocalisations industrielles et des services*, Les Editions d'Organisation, Paris.

ARTHUR W.B. (1990), Silicon Valley locational clusters: When do increasing returns imply monopoly ?, *Mathematical Social Sciences*, 19, p. 235-251.

AUDRESCHT D. & FELDMAN M. (1996), R&D spillovers and the geography of innovation and production, *American Economic Review*, Vol.86, N°3, p. 630-640.

AUDRESCHT D. & STEPHAN P. (1996), Company-scientist locational links: The case of biotechnology, *American Economic Review*, Vol.86, N°3, p. 641-652.

AYDALOT P. (1985), *Economie régionale et urbaine*, Economica, Paris.

BAILLY A. & BEGUIN H. (1993), *Introduction à la géographie humaine*, Masson, Paris.

BAILLY A. (1994), Territoires et territorialités, in AURAY J.P., BAILLY A., DERYCKE P.H., et HURIOT J.M. (éds.) *Encyclopédie d'économie spatiale*, Economica, Paris, p. 275-279.

BALDWIN J.R. & GELLATLY G. (1998), Are there high-tech industries or only high-tech firms ? Evidence from new technology-based firms, *Statistics Canada Working Paper Series*, N° 120, December.

BARKLEY D. L. & MCNAMARA K.T. (1994), Manufacturers' location decisions: Do surveys provide helpful insights ?, *International Regional Science Review*, Vol. 17, N°1, p. 23-47.

BARRY F., GORG H. & STROBL E. (2001), Foreign direct investment, agglomerations and demonstration effects: An empirical investigation, *Research Paper Series, Leverhulme Centre for Research on Globalisation and Economic Policy, University of Nottingham*, N°25.
BARTIK T.J. (1985), Business location decisions in the United States: estimates of the effects of unionization, taxes and other characteristics of states, *Journal of Business and Economic Statistics*, January, Vol. 3, N°1, p. 1422.
BARTMESS A. (1994), The plant location puzzle, *Harvard Business Review*, March-April, p. 20-37.
BASLY S. (2002), L'internationalisation de l'entreprise familiale, in CABY J. & HIRIGOYEN G., *La gestion des entreprises familiales*, Economica, Paris.
BAUM J. & HAVEMAN H. (1997), Love thy neighbor, Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, p. 304-338.
BAUM J., LI S. X. & USHER J. (2000), Making the next move: How experiential and vicarious learning shape the locations of chains' acquisitions, *Administrative science quarterly*, December, p. 766-801.
BAUMARD P., DONADA C., IBERT J. & XUEREB J.-M. (2003), La collecte des données et la gestion de leurs sources, in THIETART R.-A. et coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, p. 224-256.
BAUMARD P. & IBERT J. (2003), Quelles approches pour quelles données ?, in THIETART R.-A. et coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris.
BECATTINI G. (1992), Le district marshallien : Une notion socio-économique, in BENKO G. & LIPIETZ A. (éds) , *Les régions qui gagnent*, PUF, Paris, p. 35-56.
BECKMANN M.J. (1999), *Lectures on location theory*, Springer, Berlin – New York.
BEGUIN H. (1992), La localisation des activités banales, in BAILLY A., FERRAS R. & PUMAIN D. (dir.*), Encyclopédie de géographie*, Economica, Paris.
BELDERBOS R. & CARREE M. (2000), The location of japanese investments in China: Agglomeration effects, Keiretsu and firm heterogeneity, *NIBOR Research Memorandum, Maastricht University*, February.
BELLET M. (1992), Technologie et territoire : L'organisation comme objet de recherche, *Revue Française d'économie,* Vol. 7, N°1 ,pp. 85-138.
BELLET M. & KIRAT T. (1998), La proximité, entre espace et coordination, in BELLET M., KIRAT T. & LARGERON P., *Approches multiformes de la proximité*, Hermés, Paris.
BELLET M., COLLETIS G. & LUNG Y. (1993), Introduction au numéro spécial « économie de proximités », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°3, p. 357-361.
BENITO G. & GRIPSRUD G. (1991), The expansion of foreign direct investment by manufacturing companies: Discrete rational location choices or a cultural learning process ?, *Journal of International Business Studies*, Vol. 23, N°3, p. 461-476.
BENKO G. & LIPIETZ A. (éds, 1992), *Les régions qui gagnent*, PUF, Paris.
BENSEDRINE J. & DEMIL B. (1998), L'approche néo-institutionnelle des organisations, in LAROCHE H. & NIOCHE J.P., *Repenser la stratégie : fondements et perspectives*, Vuibert, Collection Entreprendre, Série Vital Roux, Paris.

BENZECRI J.P. (1973), *L'analyse des données - Volume 1: La taxinomie*, Dunod, Paris.
BERLE A.A. & MEANS G.C. (1932), *The Modern Corporation and Private Property,* Harcourt, Brace & Cie, New York.
BLAUG M. (1996), *La pensée économique*, Economica, Paris.
BROSSARD H. (1997), *Marketing d'une région et implantation des investissements internationaux*, Economica, Collection Recherches en Gestion, Paris.
BRUNET R., FERRAS R. & THERY H. (eds., 1993), *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*, , RECLUS – La Documentation Française, Montpellier-Paris, 3° éd..
CABY J. & HIRIGOYEN G. (2001), *La création de valeur de l'entreprise*, Economica, Paris, 2° éd..
CARRINCAZEAUX C. & LUNG Y. (1998), La proximité dans l'organisation de la conception des produits de l'automobile, in BELLET M., KIRAT T. & LARGERON P., *Approches multiformes de la proximité*, Hermés, Paris.
CHAN S. H., GAU G & WANG K. (1995), Stock market reaction to capital investment decisions: Evidence from business relocations, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol. 30, N°1, p. 8-100.
CHANTEAU J.-P. (2001), *L'entreprise nomade, localisation et mobilité des activités productives*, L'Harmattan, Paris.
CHARREAUX G. (1991), Structures de propriété, relation d'agence et performance financière, *Revue Economique*, Vol. 42, p. 521-542.
CHARREIRE S. & DURIEUX F. (2000), Explorer et tester, deux voies pour la recherche, in THIETART R.-A. & coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, p. 57-81.
CHEN H. & CHEN T.-J. (1998), Network linkages and location choice in foreign direct investment, *Journal of International Business Studies*, Vol. 29, N°3, p. 445-468.
CHUNG W. & ALCACER J. (2002), Knowledge seeking and location choice of foregin direct investment in the United States, *Management Science*, Vol. 48, N°12, p. 1534-1154.
CHUNG W. & KALNINS A. (2000), Ethnic links, location choice and performance : A test of the rural motel industry, in BAUM J.A.C. & GREVE H., *Multiunit Organization and Multimarket Strategy*, Advances in Strategic Management, JAI Press, Greenwich, Conn., Volume 18, p. 31-51.
CHUNG W. & KALNINS A. (2001), Agglomeration effects and performance : test of the Texas hospitality industry, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, N° 10, p. 969-997.
CLIQUET G., FADY A. & BASSET G. (2002), *Management de la distribution*, Dunod, Paris.
CLIQUET G. & RULENCE D. (1998), Les opérations d'acquisition des distributeurs en France : Mesure de la couverture spatiale des réseaux de points de vente, *Décisions Marketing*, N°15, p. 17-27.
COASE R.H. (1937), The nature of the firm, *Economica*, Vol. 4.
COFFEY W. (1992), Géographie, économie, science régionale, in BAILLY A., FERRAS R. & PUMAIN D. (dir.*), Encyclopédie de géographie*, Economica, Paris.
COHEN E. (1989), Epistémologie de la gestion, in JOFFRE P. & SIMON Y., *Encyclopédie de gestion*, Economica, Paris, p. 1055-1074.

COHEN M.D., MARCH J.G. & OLSEN J.P. (1972), A garbage can model of organizational choice, Administrative Science Quarterly, Vol. 7, N°1, p. 1-25.
CORIAT B. & WEINSTEIN O. (1995), *Les nouvelles théories de l'entreprise*, Le Livre de Poche, Paris.
COUGHLIN C.C., TERZA J.V. & ARROMDEE V. (1991), State charateristics and the location of foreign direct investment within the United States, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 73, p. 675-683.
CROZET M. & MAYER T. (2002), Entre le global et le local, quelles localisations pour les entreprises ? – Les déterminants de la localisation des firmes, in *Les logiques de l'entreprise*, La Documentation Française, Les Cahiers Français, Paris, N° 309.
CUADRADO-ROURA J. (1989), Facteurs de localisation industrielle, nouvelles tendances, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°3, p. 471-490.
CYERT R.M. & MARCH J.G. (1963), *A behavorial theory of the firm*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
DAMETTE F. & SCHEIBLING J. (1995), *La France, Permanences et mutations*, Hachette Supérieur, Paris.
DECOSTER G.P. & STRANGE W.C. (1993), Spurious agglomeration, *Journal of Urban economics*, Vol. 33, p. 273-304.
DELIOS A. & HENISZ W. (2001), Uncertainty, imitation and plant location: Japanese multinational corporations 1990-1996*, Administrative Science Quarterly*, September.
DELISLE J.-P. & LAINE F. (1998), Les transferts d'établissements contribuent au desserrement urbain, *Economie et Statistique*, N°311, p. 91-106.
DESREUMAUX A. (1993), *Stratégie*, Dalloz, Paris.
DESREUMAUX A (2004), Théorie néo-institutionnelle, management stratégique et dynamique des organisations, in HUAULT I., *Institutions et gestion*, Vuibert, Paris, p. 29-47.
DI MAGGIO P.J. & POWELL W.W. (1983), The iron cage revisited: Institutionnal isomorphism and collective rationality in organizational fields, *American Sociological Review*, Vol. 103, p. 1-37.
DREAN G. (1996), *L'industrie informatique : structure, économie, perspectives*, Masson, Paris.
DUNNING J.H. (1992), *Multinational enterprises and the global economy*, Addison-Wesley, Wokingham.
DUNNING J.H. (1998), Location and the multinational enterprise: A neglected factor ?, *Journal of International Business Studies*, Vol. 29, N°1, p. 45-66.
EISENHARDT K.M. & ZBARACKI M.J. (1992), Strategic decision making, *Strategic Management Journal,* Vol. 13, p. 17-37.
EISENHARDT K.M. (1989), Building theories from case study research, *Academy of Management Review*, Vol.14, N°4, p. 532-550.
ELLIS P. (2000), Social ties and foreign market entry, *Journal of International Business Studies*, Vol. 31, N°3, p. 443-469.
EVRARD Y., PRAS B. & ROUX E. (2000), *Market : Etudes et recherches en marketing*, Dunod, Paris, 3° ed.

FAVEREAU O. (1993), Objets de gestion et objet de la théorie économique, *Revue Française de Gestion*, Novembre-Décembre, p. 6-12.
FISCHER A. (1994), *Industrie et espace géographique*, Masson, Paris.
FLORIDA R. & SMITH D.F. (1994), Agglomeration and industrial location: An econometric analysis of Japanese-affiliated manufacturing establishments in automotive-related industries, *Journal of Urban Economics*, Vol. 36, p. 23-41.
FRIED V.H. & HISRICH R.D. (1994), Toward a model of venture capital investment decision making, *Financial Management*, Vol. 23, N°3, p. 28-37.
FRIEDMAN J., GERLOWSKI D.A. & SILBERMAN J. (1992), What attracts foreign multinational corporations ? Evidence from branch plant location in the United States, *Journal of Regional Science*, Vol. 32, N°4, p. 403-418.
FROST T. & ZHOU C. (2000), The geography of foreign R&D within a host country : An evolutionary perspective on location-technology selection by multinationals, *International Studies of Management and Organisation*, Vol. 30, N°2, p. 10-43.
FUJITA M. & THISSE J.-F. (1997), Economie géographique, problèmes anciens et nouvelles perspectives, *Annales d'Economie et de Statistique*, N°45, p. 37-87.
GAFFARD J.-L. (1990), *Economie industrielle et de l'innovation*, Dalloz, Paris.
GALLO M.A. & GARCIA-PONT C. (1996), Important Factors in Family Business Internationalization. *Family Business Review*, Vol. 9, N°1, p. 45-59.
GARLAND R. (1991). The mid-point on a rating scale: is it desirable ?, *Marketing Bulletin*, Vol. 2, p. 66-70.
GHOSH C., RODRIGUEZ M. & SIRMANS (1995), Gains from corporate headquarters relocations : Evidence from the stock market, *Journal of Urban economics*, Vol. 38, p. 291-311.
GIRARD V. (1997), Vers une définition du marketing territorial, *Actes du 13° Congrès international de l'AFM*, Toulouse, Volume 2, p. 1186-1212.
GIRARD V. (1998), le marketing territorial : Quels fondements, quelles définitions, quels concepts ?, *Actes des 2° Rencontres Villes-Management*, Bayonne.
GLAESER B.G. & STRAUSS A.L. (1967), *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, A. de Gruyter, New York.
GRANOVETTER M. (1985), Economic action and social structure: the problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, N°3, p. 481-510.
GRANOVETTER M. (1994), Business Groups, in SMELSER N. & SWEDBERG R. (eds) , *The handbook of economic sociology*, Princeton University Press , p. 453-475.
GRAWITZ M. (2001), *Méthodes des sciences sociales*, Dalloz, Paris, 11°éd..
GREVE H. (1998), Managerial cognition and the mimetic adoption of market positions: What you see is what you do, *Strategic Management Journal*, Vol. 19, p. 967-988.
GREVE H. (2000), Market niche entry decisions: Competition, learning, and strategy in Tokyo banking, 1894-1936, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, N°5, p. 816-836.
GROTZ R. & BRAUN B. (1997), Territorial or trans-territorial networking: Spatial aspects of technology-oriented cooperation within the German mechanical engineering industry, *Regional Studies,* Vol 31, N°6, p. 545-557.

GUILLEN M. (2002), Structural inertia, imitation and foreign expansion: South Korean firms and business groups in China, 1987-95, *Academy of Management Journal*, Vol. 45, N°3, p. 509-525.
HABBERSHON T.G. & WILLIAMS M.L. (1999), A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms, *Family Business Review,* Vol. 12, N°1, p. 1-25.
HAIGH R. (1990), Selecting a US plant location: The management decision process of foreign companies, *Columbia Journal of World Business*, Fall, p. 22-31.
HAIR J.F., ANDERSON R.E., TATHAM R.L. & BLACK W.C. (1998), *Multivariate Data Analysi*s, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 5°ed.
HANNAN M.T. & FREEMAN J. (1977), The population ecology of organizations, *American Journal of Sociology*, Vol.82, N°5, p. 929-964.
HANNAN M.T. & FREEMAN J. (1984), Structural inertia and organizational change, *American Sociological Review*, Vol. 49, April, p. 149-164.
HAYTER R. (1997*), The dynamics of industrial location: The factory, the firm and the production system*, Wiley, Chichester, NY.
HE C. (2002), Information Costs, agglomeration economies and the location of foreign direct investment in China, *Regional Studies*, Vol. 36, N°9, p. 1029-1036.
HEAD K., RIES J. & SWENSON D. (1995), Agglomeration benefits and location choice : Evidence from Japanese manufacturing investments in the United States, *Journal of International Economics*, Vol. 38, p. 223-247.
HENNART J.F. & PARK Y.R. (1994), Location, governance, and strategic determinants of japanese manufacturing investment in the United States, *Strategic Management Journal*, Vol. 15, p. 419-436.
HIRIGOYEN G. & POULAIN-RHEM T. (1999), La politique de stock-options des entreprises familiales cotées : quelques résultats empiriques, *Cahier de recherche du CREF*, Université Montesquieu Bordeaux IV, N°1999-03.
HODGKINSON A., NYLAND C. & POMFRET S. (2001), The Determination of Location in New South Wales, *Regional Studies*, Vol. 35, N°1. p. 39-56.
HOTELLING H. (1929), Stability in competition, *Economic Journal*, Vol. 39, p. 41-57.
HUAULT I. (1998), *Le management international*, La Découverte, Coll. Repères, Paris.
HUAULT I. (2002), Paul Di Maggio et Walter W. Powell – Des organisations en quête de légitimité, in CHARREIRE S. & HUAULT I. (Dir.), *Les grands auteurs en management*, EMS, Collombelles, p. 99-112.
HUAULT I. (2004), Une analyse de réseaux sociaux est-elle utile pour le management ? Puissance et limites d'une théorie de l'encastrement structural, in HUAULT I., *Institutions et gestion*, Vuibert, Paris, p. 49-67.
HURON D. (1998), Le management public local au regard de la spécificité territoriale française, in BRECHET J-P. & MEVELLEC P., *Pilotage, gestion des ressources humaines et systèmes d'information, management public et privé*, Actes des XIV^{èmes} journées nationales des I.A.E., Tome 4, Presses Académiques de l'Ouest, Nantes, p. 543-558.

IGALENS J. & ROUSSEL P. (1998), *Méthodes de recherche en gestion des ressources humaines*, Economica, Paris.
INISAN M. & SAINT RAYMOND O. (1996), *Les salariés et la mobilité géographique – les délocalisations d'entreprises à Toulouse*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.
INSEE (2000), Nomenclature d'activités et produits françaises, NAF-CPF.
JAFFE A. (1989), Real effects of academic research, *The American Economic Review*, Vol. 79, N°5, p. 957-970.
JAYET H. (1993), Territoires et concurrence territoriale, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, Vol. 1, p. 55-75.
JAYET H., PUIG J.-P. & THISSE J.-F. (1996), Enjeux économiques de l'organisation du territoire, *Revue d'Economie Politique*, Janv-Fév., p. 127-158.
JEPPESEN T., LIST J.A. & FOLMER H. (2002), Environmental regulations and new plant location decisions: Evidence from a meta-analysis, *Journal of Regional Science*, Vol. 42, N°1, p. 19-49.
JENSEN M.C. & MECKLING W. (1976), Theory of the Firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure, *Journal of Financial Economics,* Vol.3, p. 305-360.
JICK T. (1979), Mixing qualitative methods for organization research: Triangulation in action, *Administrative Science Quarterly,* December, p. 602-609.
JOFFRE P. (1994), *Comprendre la mondialisation de l'entreprise*, Economica, Gestion Poche, Paris.
JOFFRE P. & KOENIG G. (1985), *Stratégie d'entreprise - Antimanuel*, Economica, Paris.
JOHANSON J. & VAHLNE J.-E. (1977), The internationalization process of the firm – A model of Knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, p. 81-99.
JOUVAUD M. (1996), Vers une typologie des services aux entreprises selon leurs facteurs de localisation, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°3, p. 597-626.
KALIKA M. (1988), *Structures d'entreprises*, Economica, Paris.
KARAKAYA F. & CANEL C. (1998), Underlying dimensions of business location decisions, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 98, N°7, p. 321-329.
KIRAT T. (1993), Innovation technologique et apprentissage institutionnel : Institutions et proximité dans la dynamique des systèmes d'innovation territorialisés, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°3, p. 547-563.
KLINE S. & ROSENBERG N. (1986), An overview of innovation, in LANDAU R. & ROSENBERG N. (eds .) *The positive sum strategy*, National Academy of Engineering Press, Washington, DC, p. 275-305.
KOENIG G. (1996), *Management stratégique – Vision, manœuvres et tactiques*, Nathan, Paris.
KOENIG G. (1989), Décisions spatiales et gestion de l'entreprise, in JOFFRE P. & SIMON Y., *Encyclopédie de gestion*, Economica, Paris, p. 774-790.
KRUGMAN P. (1991a), Increasing returns and economic geography, *Journal of Political Economy*, vol. 99, p. 483-499.
KRUGMAN P. (1991b), *Geography and trade*, MIT Press, Cambridge, Mass.

KRUGMAN P. (1998), What's new about economic geography, *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 14, N°2, p. 7-17.
L'HARMET C. (1998), The organization of industry and location : Alfred Weber revisited, in BELLET M. & L'HARMET C., *Industry, space and competition, the contribution of economists of the past*, Edward Elgar, Cheltenham, UK– Northampton, USA.
LACHMANN J. (1999), *Capital-risque et capital-investissement*, Economica, Paris.
LAHILLE E. (dir., 1995), *Au-delà des délocalisations – Globalisation et internationalisation des firmes*, Economica, Paris.
LAWRENCE P.R. & LORSCH J.W. (1973), *Adapter les structures de l'entreprise : Intégration ou différenciation*, Editions d'Organisation, Paris.
LEBART L., MORINEAU A. & PIRON M. (2000), *Statistique exploratoire multidimensionnelle*, Dunod, Paris, 3°ed.
LEDOIT A. (1998), *La fonction immobilière dans l'entreprise*, Economica, Collection Immobilier Finances, Paris.
LEAMER E.E. & STORPER M. (2001), The economic geography of the Internet age, *Journal of International Business Studies*, Vol.32, N°4, p. 641-665.
LIARTE S. (2004), La proximité géographique comme stratégie concurrentielle face au leader : le cas des chaînes de restauration rapide à Paris entre 1984 et 2002, *Actes de la XIII° Conférence de l'AIMS*, Le Havre.
LOILIER T. & TELLIER A. (2003), Quelles configurations pour les réseaux d'innovation ?, in LAROCHE H., JOFFRE P. & FRERY F., *Perspectives en management stratégique*, Tome IX : 2001-2002, Editions EMS, Collombelles, p. 159-183.
LORENZEN M. & MAHNKE V. (2002), Global strategy and the acquisition of local knowledge: How MNCs enter regional knowledge clusters, *DRUID Working Paper*, N° 02-08.
LOVE L. & CROMPTON J. (1999), The role of quality of life in business (re)location decisions, *Journal of Business Research*, Vol. 24, p. 211-222.
MAILLAT D. (1994), Comportements spatiaux et milieux innovateurs, in AURAY J.P., BAILLY A., DERYCKE P.H., & HURIOT J.M., éds, *Encyclopédie d'économie spatiale*, Economica, p. 255-262.
MALECKI E.J. & BRADBURY S.L. (1992), R&D facilities and professional labour: Labour force dynamics in high technology, *Regional Studies*, Vol. 26, N°2, p. 123-136.
MANNING C., RODRIGUEZ M. & GHOSH C. (1999), Devising a corporate facility location strategy to maximize shareholder wealth, *Journal of Real Estate Research*, Vol. 17, N°3, p; 321-340.
MANZAGOL C. (1992), La localisation des activités spécifiques, in BAILYY A., FERRAS R. & PUMAIN D. (dir.*), Encyclopédie de géographie*, Economica, Paris.
MARCH J.G. (1991), Exploration and exploitation in organizational learning, *Organization Science*, Vol. 2, P; 71-87.
MARSHALL A. (1920), *Principle of economics*, MacMillan.
MARTIN R. (1999), The new « geographical turn » in economics: Some critical reflections, *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 23, p. 65-91.

MARTINET A.-C. (1990a), Grandes questions épistémologiques et sciences de gestion, in MARTINET A.-C., *Epistémologies et sciences de gestion*, Economica, Paris, p. 9-29.
MARTINET A.-C. (1990b), Epistémologie de la stratégie, in MARTINET A.-C., *Epistémologies et sciences de gestion*, Economica, Paris, p. 211-236.
McFADDEN, D. (1974) Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior, in ZAREMBKA, P. (ed.), *Frontiers in Econometrics*, Academic Press, New York, p. 105-142.
MECHIN A. (2001), *La capacité urbaine d'attraction et d'ancrage des établissements : une analyse par les ressources dynamiques*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Caen Basse-Normandie.
MECHIN-DELABARRE A. (2004), L'avantage concurrentiel urbain à l'épreuve du temps, *Actes de la XIII° Conférence de l'AIMS*, Le Havre.
MEHTA C.R. & PATEL N.R. (1996), *SPSS Exact Tests 7.0 for Windows*, SPSS Inc., Chicago.
MELIN L. (1992), Internationalization as a strategy process, *Strategic Management Journal,* Vol. 13, p. 17-37.
MERENNE-SCHOUMAKER B. (1991), *La localisation des industries : Mutations récentes et méthodes d'analyse*, Nathan, Paris.
MERENNE-SCHOUMAKER B. (1996), *La localisation des services*, Nathan, Paris.
MERENNE-SCHOUMAKER B. (2002), *La localisation des industries : Enjeux et dynamiques*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes.
MEYER J.W. & ROWAN B. (1977), Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, Vol. 83, p. 340-363.
MINTZBERG H. (1982), *Structure et dynamique des organisations*, Les éditions d'organisation, Paris.
MINTZBERG H., RAISINGHANI D., THEORET A. (1976*),* The structure of unstructured decision processes, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 21, p. 246-275.
MORVAN Y. (1991), *Fondements d'économie industrielle*, Economica, Paris.
MOULAERT F. & DJELLAL F. (1995), Les firmes de conseil en technologie de l'information : Vers une définition élargie des économies d'agglomération, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°4, p. 683-704.
MOULAERT F. & FARCY H. (1995), Les économies d'agglomération : La genèse d'un concept, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°4, p. 597-604.
MOULAERT F. & GALLOUJ (1993), The locational geography of advance producer service firms: The limits of economies of agglomeration, in DANIELS P., ILLERIS S., BONAMY J. and PHILLIPE J. (eds), *The geography of services,* Frank Cass, London, p. 91-106.
NACHUM L. (2000), Economic geography and the location of TNCs : Financial and professional service FDI to the USA, *Journal of International Business Studies*, Vol. 31, N°3, p. 367-385.
NAPPI-CHOULET I. (1999), *Marketing et stratégie de l'immobilier*, Dunod, Paris.
NISHIOKA H. & KRUMME G. (1973), Location conditions, factors and decisions: An evaluation of selected surveys, *Land Economics*, Vol. 49, p.2, p. 195-205.

NOEL F. (2001), *La décision de suppression d'emplois : De l'analyse des déterminants à l'étude des processus de décision*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, IAE de Paris, Université Partis 1 – Panthéon Sorbonne.
NOEL F. (2003), John W. MEYER : La quête de légitimité, in ALLOUCHE J. (coord.), *Encyclopédie des ressources humaines*, Vuibert, Paris, p. 1725-1233.
OCDE (2001), *OECD Science, technology and industy scoreboard - Towards a knowledge-based economy, 2001 Edition*, OECD Publications Service, Paris.
OLIVER C. (1991), Strategic responses to institutional process, *Academy of Management Review*, Vol. 16, N°1, p. 145-179.
O'MARA M. (1999), Strategic drivers of location decisions for information-age companies, *Journal of Real Estate Research*, Vol. 17, N°3, p. 365-386.
PALMER D., DEVEREAUX JENNINGS P. & ZHOU X. (1993), Late adoption of the multidivisional form by large U.S. Corporations: Institutional, political and economic accounts, *Administrative Science Quarterly*, March, p. 100-131.
PERREUR J. (2003), La localisation industrielle : Les approches des économistes, in CLIQUET G. & JOSSELIN J.-M. (éds), *Stratégies de localisation des entreprises commerciales et industrielles : De nouvelles perspectives*, De Boeck, .
PERREUR J. & SCHARLIG A. (1994), Localisation industrielle, in AURAY J.P., BAILLY A., DERYCKE P.-H. & HURIOT J.-M. (dir.), *Encyclopédie d'économie spatiale*, Economica, Paris.
PERROUX F. (1961), *L'économie du XX° siècle*, PUF, Paris.
PETTIGREW A.M. (2001), What is a processual analysis ?, in MARTINET A.-C. & THIETART R.-A., *Stratégies, actualités et futurs de la recherche*, Vuibert, Paris.
PEZET A. (2000), *La décision d'investissement industriel : Le cas de l'aluminium*, Economica, Paris.
PFEFFER J. & SALANCIK G.R. (1978), *The external control of organizations – A ressrouce dependence perspective*, Harper and Row, New York.
PIORE M. & SABEL C. (1984), *The second industrial divide: Possibilities for prosperity*, Basic Books, New York.
POLESE M. (1994), *Economie urbaine et régionale : Logique spatiale des mutations économiques*, Economica, Paris.
PORTER M.E. (1990), *The competitive advantage of nations*, Macmillan, Basingstoke, London.
PORTER M.E. (1998), Localisation et compétitivité, *Sociétal*, N°19, mai, p. 47-50.
PORTER M.E. (1999), Les districts et les choix d'implantation, *L'Expansion Management Review*, Juin, p. 13-22.
PORTER M.E. & STERN S. (2001), Innovation: Location matters, *Sloan Management Review*, Summer, Vol. 42, N°4, p. 28-36.
POWELL W. W. (1991), Expanding the scope of institutional analysis, in DI MAGGIO P. J. & POWELL W.W. (eds), *The new institutionalism in organizational analysis*, University of Chicago Press, Chicago.

PRED A. (1967), Behavior and locations: Foundations for a geographic and dynamic location theory, Part 1, *Lund Studies in Geography*, Series B, Human Geography, N°27.
PRED A. (1969), Behavior and locations: Foundations for a geographic and dynamic location theory, Part 2, *Lund Studies in Geography*, Series B, Human Geography, N°28.
RALLET A. & TORRE A. (1995), *Economie industrielle et économie spatiale : Un état des lieux*, Economica.
Revue d'Economie Régionale et Urbaine (1993), numéro spécial « Economies de proximité », N°3.
RHEE J.H. & CHENG J.L.C. (2002), Foreign market uncertainty and incremental international expansion: The moderating effect of firm, industry and host country factors, *Management International Review*, Vol. 42, N°4, p. 419-439.
ROMO F.P. & SCHWARTZ M. (1995), The structural embeddedness of business decisions: The migration of manufacturing plants in New York State, 1960 to 1985, *American Sociological Review,* Vol. 60, December, p. 874-907.
ROYER I. & ZARLOWSKI P. (2000), Le design de la recherche, in THIETART R.-A. & coll., *Méthodes de recherche en management*, Dunod, Paris, p. 139-168.
SAXENIAN A. (1990), Regional networks and the resurgence of Silicon Valley, *California Management Review*, Fall, p. 89-112.
SAXENIAN A. (1994), *Regional advantage, culture and competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press, Cambridge, Mass..
SCHMENNER R. W. (1979), Look beyond the obvious in plant location, *Harvard Business Review*, January-February, p. 126-132.
SCHMENNER R. W. (1982), *Making business location decisions*, Prentice-Hall.
SCHMENNER R. W. (1994), Service firm location decisions: Some Midwestern evidence, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 5, N°3, p. 35-56.
SCHMENNER R.W., HUBER J.C. & COOK R.L. (1987), Geographic differences and the location of new manufacturing facilities, *Journal of Urban Economics*, Vol. 21, p. 83-104.
SCITOVSKY T. (1954). Two concepts of external economies. *Journal of Political Economy,* N°4, p. 143-151.
SCOTCHMER S. & THISSE J.-F. (1993), Les implications de l'espace pour la concurrence, *Revue Economique*, Vol. 44, p. 653-669.
SCOTT A. & KWOK E. (1988), Inter-firm subcontracting and locational agglomeration : A case study of the printed circuits industry in Southern California, *Regional Studies*, Vol. 23, N°5, p. 405-416.
SERGOT B. (1999), *Le rôle de la proximité géographique dans les comportements d'entreprise - Etude exploratoire du cas de PME à localisations multiples du secteur informatique*, Mémoire de DEA, DEA Evolutions technologiques et Organisationnelles, Université de Versailles/Saint-Quentin-en-Yvelines.
SERGOT B. (2003), Knowledge about places : Assessing the importance of spatial momentum, imitation and managers' social ties in the location decisions of French firms, *Cahiers de Recherche du GREGOR*, IAE de Paris, Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne, N° 2003-06.

SHAVER J.M. & FLYER F. (2000), Agglomeration economies, firm heterogeneity and foreign direct investment in the United States, *Strategic Management Journal*, Vol. 21, p. 1175-1193.
SHAVER J.M. (1998), Do foreign-owned and US-Owned establishments exhibit the same location pattern in US manufacturing industries ?, *Journal of International Business Studies*, Vol. 29, N°3, p. 469-492.
SIERRA C. (1997), Proximité(s), interactions technologiques et territoriales : Une revue, *Revue d'Economie Industrielle*, N° 82, p. 7-35.
SIMON H.A. (1959), Theories of decision-making in economics and behavioural sciences, *American Economic Review*, Vol. 49, p. 253-283.
SIMON H.A. (1979) Rational decision making in business organization, *American Economic Review*, N°4, p. 493-513.
SINGLE L. & KRAMER J. (1996), Tax policy and the location of plants and profits, *Journal of Accounting Literature*, Vol. 15, p. 108-142.
SORENSON O. & STUART T. E. (2001), Syndication networks and the spatial distribution of venture capital investments, *American Journal of Sociology*, Vol. 106, N° 6, p. 1546-1588.
STORPER M. (1995), The resurgence of regional economics, ten years later: The region as a nexus of untraded interdependencies*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°4, p. 605-644.
SWEDBERG R. (1994), Markets as social structures, in SMELSER N. & SWEDBERG R. (eds) , *The handbook of economic sociology*, Princeton University Press, Princeton, p. 255-282.
TAGGART J.H. (1991), Determinants of the foreign R&D locational decision of the pharmaceutical industry, *R&D Management*, Vol. 21, N°3, p. 229-240.
TAPIA C. (1995), *Les délocalisations internationales*, Hatier, Paris.
TENENHAUS M. (1996), *Méthodes statistiques en gestion*, Dunod, Paris.
TEXIER T. & VALLA J.-P. (1992), Le marketing territorial et ses enjeux, *Revue Française de Gestion*, Janvier-Février, p. 45-55.
TIRTIROGLU D., BHABRA H. & LEL U. (2001), Political Uncertainty and Asset Valuation: Evidence from Business Relocations in Canada, *Working Paper, Concordia University*, March.
TONG H.S. & WALTER C.K. (1980), An empirical study of plant location decisions of foreign manufacturing investors in the United Stats, *Columbia Journal of World Business*, Spring, p. 66-73.
ULGADO F.M. (1996), Location characteristics of manufacturing investments in the U.S.: A comparison of American and foreign-based firms, *Management International Review*, Vol. 36, N°1, p. 7-26.
USHER J. (1999), Specialists, generalists and polymorphs: Spatial advantages of multiunit organization in a single industry, *Academy of Management Review*, Vol. 24, N°1, p. 143-150.
VAN DIJK J. & PELLENBARG P.H. (2000), Firm relocation decisions in The Netherlands: An ordered logit approach, *Papers in Regional Science*, Vol. 79, p. 191-219.

VELTZ P. (1993), Introduction à une géographie de l'organisation : Quelques thèses sur l'évolution des rapports entreprise/territoire*, Revue Economique*, N°4, Juillet, p. 671-684.
VERNON R. (1966), International investment and international trade in the product cycle, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 80, p. 190-207.
VICENTE J. (2002), Externalités de réseaux vs. externalités informationnelles dans les dynamiques de localisation, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine,* 4, p. 535-552.
WEBER A. (1909), *Uber den Standort des Industrien*, Verlag Mohr, Tübingen ; traduction anglaise de C.J. FRIEDRICH (1929), *Theory of the location of industries*, University of Chicago Press, Chicago.
WILLIAMSON O. E. (1985), *The economic institutions of capitalism*, The Free Press, London.
WOODWARD D. (1992), Locational determinants of Japanese manufacturing start-ups in the United States, *Southern Economic Journal*, Vol. 58, p. 89-114.
YIN R.K. (1988), *Case study research: Design and methods*, Sage, Newbury park, CA.
ZAHEER S. & MANRAKHAN S. (2001), Concentration and dispersion in Global Industries: Remote Electronic Access and the location of Economic Activities, *Journal of International Business Studies*, Vol. 32, N°4, p. 667-686.
ZIMMERMANN J.B. (1995), Dynamiques industrielles : Le paradoxe du local, in RALLET A. & TORRE A., *Economie industrielle et économie spatiale : Un état des lieux*, Economica, Paris.
ZIMMERMANN J.B. (1998), Nomadisme et ancrage territorial : propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes – territoires, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°2, p. 211-230.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS **1**

SOMMAIRE **3**

INTRODUCTION GENERALE **5**

Les « délocalisations » au cœur de l'actualité 5

Les entreprises, des entités localisées et mobiles 6

Les choix de localisation, des outils au service de la réduction des coûts ? 7

Des décisions aux conséquences ambiguës sur la performance 8

La localisation, source d'avantages concurrentiels 10

Comment les entreprises industrielles construisent-elles leurs choix de nouvelles localisations ? 11

La nécessité d'une approche pluri-disciplinaire 13

Au sein des sciences de gestion, un thème de recherche transversal peu abordé 13

Les décisions de localisation à la croisée de plusieurs champs disciplinaires 14

PARTIE 1 : LA COMPREHENSION DES DECISIONS DE LOCALISATION ET DE LEURS DETERMINANTS **17**

CHAPITRE 1 : DEFINITION ET ENJEUX DES DECISIONS DE LOCALISATION 19

1.1. Le choix d'une définition étroite des décisions de localisation et la délimitation du champ de la recherche *19*

1.1.1. Un détour préalable par les notions d'établissement et de site 20

1.1.2. Une catégorie de décisions d'entreprises à géometrie variable 21

1.1.3. Le choix d'une définition étroite des décisions de localisation : Précisions et implications 23

a. Les décisions de création de nouveaux sites, une forme de croissance interne ?. 23

b. Décisions de localisation et délocalisations 24

1.1.4. Les caractéristiques spécifiques des décisions de création de nouveaux sites ... 28

a. Des décisions d'engagement de ressources à caractère explicitement géographique 28

b. L'entreprise confrontée à un nouvel environnement local 29

1.2. Les enjeux des décisions de localisation : La mise en avant du point de vue des acteurs publics *30*

1.2.1. La métaphore du marché de l'implantation 30
1.2.2. Acteurs et outils des politiques d'attraction des entreprises 31
1.2.3. Les décisions de localisation d'entreprises au cœur des stratégies des acteurs publics 32
1.2.4. Les conséquences de l'adoption du point de vue des acteurs publics sur la littérature académique 34
a. Un sujet d'étude dévolu aux économistes et aux géographes 34
b. Un traitement parcellaire de la thématique de la localisation 36
Les décisions de localisation de nouvelles usines 36
Les mouvements lointains 37
CHAPITRE 2 : LES APPROCHES D'INSPIRATION ECONOMIQUE DES CHOIX DE LOCALISATION D'ENTREPRISES – DES TENTATIVES DE REPONSE A LA QUESTION « POURQUOI LA ? » 39
2.1. Les modèles théoriques de la localisation industrielle 42
2.1.1. Distance physique, coûts de transport et comportements de localisation : les théories économiques classiques de la localisation 42
2.1.2. Une explication des choix de localisation par les économies d'agglomération . 46
2.2. Une approche socio-économique des mécanismes d'agglomération spatiale 51
2.2.1. La région, nœud d'interdépendances hors-marché (Storper, 1995) 51
2.2.2. Le concept marshallien de district industriel revisité 52
2.2.3. La substitution de la notion de proximité à l'idée de distance physique 53
2.2.4. L'inscription territoriale des processus d'innovation : les milieux innovateurs 53
2.2.5. Les limites des analyses socio-économiques des phénomènes d'agglomération 54
2.2.6. Les prémisses d'une nouvelle analyse des décisions de localisation ? 55
a. De l'entreprise volatile à l'entreprise ancrée dans un territoire 56
b. Recherche d'actifs stratégiques et choix de localisation 56
2.3. Les recherches empiriques sur les facteurs explicatifs des choix de localisation 58
2.3.1. Les études économétriques 59
a. L'intérêt porté au cas des Etats-Unis 59
b. Fondements et présupposés des modèles économétriques utilisés 60
c. Des résultats divergents 63
d. La contingence économique des logiques de choix de nouvelles localisations ... 64
e. Des processus de choix différenciés en fonction de l'échelle géographique considérée 65

f. Les limites des études économétriques 66
2.3.2. Une approche inductive des décisions de localisation : l'identification des principaux facteurs de localisation 68
a. Avantages et contraintes propres aux enquêtes sur les facteurs de localisation ... 68
b. L'identification des variables expliquant l'hétérogénéité des comportements de localisation 70
c. Les principaux facteurs de localisation identifiés selon l'activité principale du site concerné 72
Les facteurs de localisation des nouvelles usines 73
La localisation des activités de R&D 76
La localisation des « bureaux » et des activités de services aux entreprises 77
d. Les limites des enquêtes sur les facteurs de localisation : une approche toujours néoclassique de l'entreprise et de la décision 78
CHAPITRE 3 : INCERTITUDE, INFORMATION ET INSTITUTIONS – DE NOUVEAUX CADRES CONCEPTUELS POUR APPREHENDER LES DECISIONS DE LOCALISATION 81
3.1. Les bases d'une approche behaviouriste de la décision de localisation 82
3.1.1. La représentation du processus de décision en situation de rationalité limitée. 82
3.1.2. Décision de localisation, information, rationalité limitée et incertitude 84
a. Les difficultés d'accès à l'information 84
b. Les limites pesant sur la capacité à utiliser l'information 85
3.1.3. La préférence des décideurs pour des localisations connues 86
a. L'inertie spatiale 87
b. Les comportements d'imitation 87
c. L'utilisation, par les dirigeants, de leurs réseaux sociaux 89
3.2. Un cadre d'analyse complémentaire à l'approche par la rationalité limitée : le néo-institutionnalisme sociologique 90
3.2.1. Les bases de l'approche néo-institutionnaliste des organisations 91
a. L'encastrement social des organisations 91
b. Les principaux processus d'isomorphisme institutionnel 93
L'isomorphisme mimétique 93
L'isomorphisme coercitif 94
L'isomorphisme normatif 94
c. Le rôle des acteurs face aux forces institutionnelles 96

d. L'utilisation de l'approche néo-institutionnaliste dans les champs concurrentiels 98
3.2.2. Quelques pistes pour une analyse néo-institutionnaliste des décisions de localisation 99
a. Une évaluation préliminaire de l'intérêt de ce cadre d'analyse pour l'étude des décisions de localisation 100
b. Les formes d'isomorphisme institutionnel à l'œuvre dans les décisions de localisation 101
3.2.3. Vers un approfondissement de l'analyse: les principales sources d'isomorphisme institutionnel dans les décisions de localisation d'entreprises 102
a. Les financements bancaires 103
b. Le capital-risque 104
c. Les acteurs publics 107
d. La recherche de personnel qualifié 111
e. Les clients 112
CHAPITRE 4 : LES APPLICATIONS EMPIRIQUES DES NOUVEAUX CADRES D'ANALYSE DES DECISIONS DE LOCALISATION 115
4.1. L'évaluation empirique de l'influence des comportements de préférence pour les aires géographiques connues sur les décisions de localisation d'entreprises 115
4.1.1. La mise en évidence des comportements d'inertie spatiale et d'imitation 116
a. Inertie et imitation dans les décisions de localisation de sites de services aux particuliers 117
b. Inertie et imitation dans les décisions de localisation d'usines à l'international 118
L'asymétrie d'information entre entreprises étrangères et entreprises locales à l'origine des comportements d'imitation 118
Comportements d'imitation et taille de l'entreprise 120
Connaissances « expérientielles » et inertie spatiale dans la localisation industrielle 121
4.1.2. L'influence des réseaux sociaux des dirigeants sur leurs décisions d'implantation : Contrainte ou opportunité ? 124
a. Les réseaux de relations locales des dirigeants de PME à l'origine d'une inertie spatiale accrue ? 124
b. Les réseaux sociaux vus comme une source d'avantages concurrentiels 126

4.2. Processus de prise de décision de localisation et préférence pour des aires géographiques connues *130*
4.2.1. L'hypothèse de la distinction polaire entre grandes entreprises et PME 131
a. La représentation du processus de décision de localisation dans les PME 131
b. La représentation du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises 132
4.2.2. Vers une atténuation de l'opposition polaire entre grandes entreprises et PME 134
a. La typologie des processus de décision de localisation dans les grandes entreprises de Schmenner (1982) 134
Les processus de décision collectifs réalisés par les services centraux 137
Les processus réalisés par les divisions 138
Les processus personnalisés réalisés par les services centraux 139
b. Brossard (1997) et la mise en avant du caractère politique du processus de décision de localisation dans les grandes entreprises 140
4.2.3. Au-delà des processus de décision de localisation de nouvelles usines 143
a. Des processus différents suivant la nature du nouveau site concerné 143
b. Les décisions de transferts d'activités 144
CHAPITRE 5 : LA DELICATE QUESTION DE L'EVALUATION DES RESULTATS DES DECISIONS DE LOCALISATION 147
5.1. Le problème de la mesure de la performance de l'entreprise *148*
5.2. Choix de localisation et efficience économique à l'échelle d'un site *149*
5.2.1. Le cas des sites de services aux particuliers 149
5.2.2. Le cas des sites de production industrielle 151
5.3. L'efficacité des décisions de localisation : L'adoption du point de vue des actionnaires *153*
5.3.1. Les fondements de l'objectif de création de valeur pour les actionnaires 153
5.3.2. Les évaluations empiriques de la relation entre décision de localisation et création de valeur actionnariale 154
5.3.3. Les limites des approches par la valeur actionnariale 158
5.4. Eléments pour une approche plurielle de la performance associée aux décisions de localisation *160*
PARTIE 2 : LA PROBLEMATIQUE ET LES CHOIX METHODOLOGIQUES DE LA RECHERCHE 163

CHAPITRE 1 : DEFINITION ET TRADUCTION OPERATOIRE DE LA PROBLEMATIQUE RETENUE 165
1.1. Une définition en plusieurs étapes *165*
1.1.1. Une interrogation générale qui traverse la littérature sur le sujet 165
1.1.2. Deux cadres d'analyse correspondant à des formulations différentes de l'interrogation générale 166
a. Un premier cadre conceptuel empreint de rationalité économique : Pourquoi là ? 166
b. Le pourquoi et le comment de décisions aux conséquences ambiguës 168
1.1.3. L'adoption d'un point de vue gestionnaire sur les décisions de localisation ... 170
1.1.4. La délimitation du champ d'analyse : Un élément constitutif de la problématique 171
1.2. La traduction opératoire de la problématique de recherche en un système de quatre questions de recherche *174*
CHAPITRE 2 : LES CHOIX METHODOLOGIQUES 177
2.1.Le choix de la population étudiée et du mode de recueil des données *178*
2.1.1. Le recueil des données empiriques au moyen d'une enquête par questionnaire 178
a. L'adoption d'une démarche exploratoire et la question du choix d'un mode de recueil des données 178
b. La méthode de l'enquête par questionnaire privilégiée 180
c. L'administration du questionnaire par voie postale 181
d. Le refus de tout parrainage autre qu'universitaire 181
2.1.2. L'inscription du travail doctoral dans un programme de recherche plus large. 182
2.1.3. Délimitation de la population étudiée 184
a. L'étude des décisions de localisation des entreprises françaises 184
b. La décision de localisation individuelle, unité d'analyse de la recherche 185
c. L'envoi du questionnaire en référence à des décisions de localisation bien définies 186
d. Les principes de délimitation de la période d'étude 187
2.2. L'instrument et le processus de collecte des données *188*
2.2.1. Le questionnaire d'enquête 188
a. La forme des questions 189
Des questions avec échelle de notation 189
Des questions semi-ouvertes précodées 192

L’insertion d’espaces d’expression libre 193
b. Le contenu 193
Organisation générale du questionnaire 193
Présentation du contenu partie par partie 194
2.2.2. La procédure d’échantillonnage 205
a. Définition de la population étudiée et recherche d'une base de sondage 205
Le choix de n’adresser qu’un seul questionnaire par entreprise 205
La délimitation de la période d'étude 208
b. La constitution du fichier des destinataires du questionnaire 209
Elaboration de la liste des entreprises enquêtées 209
L’identification et la constitution d'une liste nominative des destinataires du questionnaire 211
2.2.3. Le déroulement de l’enquête 214
a. L'envoi initial du questionnaire 214
b. La réalisation des relances 214
c. Analyse des taux de retour en fonction du lieu d'implantation du site nouvellement créé 216
d. Qualité des réponses obtenues et recherche d'informations complémentaires 217
2.2.4. L’exploitation statistique des données recueillies 219
a. Des variables qualitatives et quantitatives 219
b. La distinction de trois ensembles thématiques de variables 219
c. Des traitements statistiques réalisés en deux temps 220
Les analyses thématiques 220
Les croisements entre thèmes 221
2.3. Les limites de la recherche et leur prise en compte 224
2.3.1. Les principales limites prévisibles 225
a. Des limites à la validité interne de la recherche 225
Une restitution sommaire de la complexité des processus de prise de décision de localisation 225
Les biais du déclaratif 225
b. Une restriction à la validité externe de la recherche : L’utilisation de la presse économique pour repérer les décisions de localisation à l’international 226
2.3.2. Les limites apparues au cours de la réalisation de l'enquête 227
a. L’analyse des non-réponses intégrales 227

L'existence d'écarts entre les comportements des répondants et les comportements des non-répondants 228
L'existence de différences entre la base de sondage et les caractéristiques des réponses obtenues 231
Un relâchement des critères de délimitation de la population étudiée suite à la constatation de ces différences 234
b. L'analyse des non-réponses partielles 235

PARTIE 3 : LES COMPORTEMENTS DE LOCALISATION DES ENTREPRISES FRANCAISES – LES RESULTATS DE LA RECHERCHE 241

CHAPITRE 1 : LES CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON 243
1.1. Les caractéristiques des entreprises et des répondants 245
1.1.1. Une répartition équilibrée des entreprises répondantes 245
Un large éventail de secteurs d'activité représentés 245
Une répartition des entreprises par classes de taille très équilibrée 249
Des structures de propriété variées 249
Les décisions de localisation sont des décisions rares pour la majorité des entreprises de l'échantillon 251
1.1.2. Les caractéristiques des répondants 254
Une prédominance attendue des fonctions stratégiques 254
Des répondants a priori bien informés sur les décisions étudiées 255
1.2. Les caractéristiques des situations de décision étudiées 256
1.2.1. Des décisions de localisation de natures variées 256
Le contexte stratégique des décisions de localisation 256
Des décisions n'intervenant que pour moitié dans un contexte de croissance de l'entreprise 257
Une prédominance des opérations de transferts d'activités 258
Une très large majorité de décisions de localisation déjà mises en œuvre à la date de l'enquête 259
Des décisions récentes 260
1.2.2. Les caractéristiques du nouveau site 261
Une prédominance des sites de production industrielle 261
Une proportion significative de sièges sociaux 262
Une variété intéressante dans la taille des nouveaux sites 263

Une domination numérique des « petits » sites par rapport à la taille de l'entreprise 264
Des nouveaux sites disposant majoritairement de moins de 25% d'ingénieurs et de cadres 265
Une prédominance logique des établissements sans personnalité juridique propre 266
Une majorité d'implantations dans des locaux ou bâtiments loués 267
1.2.3. Les caractéristiques géographiques des localisations choisies 268
Une proportion significative d'implantations à l'étranger 268
Des différences sensibles dans les caractéristiques des décisions de localisation en France et à l'étranger 269
CHAPITRE 2 : LES CARACTERISTIQUES DU PROCESSUS DE DECISION DE LOCALISATION 271
2.1. Les caractéristiques objectives des processus de décision de localisation étudiés 273
2.1.1. L'étendue du processus de recherche du nouveau lieu d'implantation 273
a. Une aire géographique de recherche limitée d'emblée 273
b. Une remarquable faiblesse du nombre de lieux d'implantation potentiels sérieusement étudiés 276
2.1.2. L'importance de l'inertie spatiale dans les décisions de localisation de l'échantillon 279
a. Une préférence marquée des entreprises pour les aires géographiques dans lesquelles elles étaient préalablement présentes 279
b. Des transferts d'activités à des échelles géographiques diverses 283
2.2. Perceptions par les répondants du déroulement du processus de décision de localisation 287
2.2.1. Les caractéristiques générales du processus de recherche du lieu d'implantation du nouveau site 287
a. La présence locale préalable de l'entreprise facilite la réalisation de son projet 287
b. Seules les grandes entreprises recourent effectivement à des analyses de coûts comparatives 289
c. Contraintes et opportunités affectent une part significative des décisions étudiées 291
d. Des choix de localisation de sites de services insérés dans des stratégies plus larges de couverture du territoire 293

e. L'usage des NTIC affranchit peu les entreprises de l'échantillon des contraintes spatiales 294
2.2.2. Les acteurs de la décision de localisation 296
a. Analyses univariées 296
Des processus de prise de décision centralisés et consensuels 296
Le rôle central de la direction générale 296
Des décisions d'entreprises peu exposées aux influences extérieures 298
La nature des influences exercées par les acteurs extérieurs aux entreprises : entre assistance et pressions coercitives 301
b. Analyses bivariées 304
La variété des tailles des entreprises répondantes, premier facteur explicatif de la diversité des processus de décision 305
Implication des acteurs locaux et volonté de conserver le personnel qualifié lors de transferts d'activités 306
Des premières implantations à l'international réalisées sous la pression de clients importants 309
Seules certaines catégories de décisions de localisation particulières sont exposées aux influences des pouvoirs publics 310
2.3. Analyse en Composantes Principales sur les acteurs de la décision de localisation 314
2.3.1. Mise en œuvre de la procédure sur l'ensemble de l'échantillon 315
a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des trois premiers axes factoriels 315
b. Elimination des items mal représentés par la solution en trois axes 322
c. Détection et élimination d'une observation atypique 324
2.3.2. Mise en œuvre de la procédure sur les 101 observations restantes après élimination de l'observation atypique 326
a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des deux premiers axes factoriels 326
b. Elimination des items mal représentés par la solution en deux axes 328
2.3.3. L'interprétation des deux axes extraits de l'ACP 330
Dimension 1 : Recours à des acteurs spécialisés vs rôle exclusif de la Direction Générale 333

Dimension 2 : Le niveau d'influence des acteurs publics locaux sur les choix de localisation 334
2.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des acteurs de la prise de décision *335*
2.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de classification ascendante hiérarchique et le choix d'une partition 335
a. Principes généraux 335
b. Le choix de la partition en trois classes 336
c. Description statistique de la partition en trois classes 343
2.4.2. L'interprétation de la typologie en trois classes 344
a. Présentation d'ensemble 344
b. Interprétation des trois classes dégagées 346
Classe 1 : Les processus de prise de décision centralisés 346
Classe 2 : Les décisions soumises aux influences des pouvoirs publics 351
Classe 3 : Les choix de localisation aux conséquences humaines et immobilières soigneusement pesées 354
CHAPITRE 3 : LES FACTEURS DETERMINANTS DU CHOIX DU LIEU D'IMPLANTATION DU NOUVEAU SITE A L'ECHELLE INFRA-NATIONALE 361
3.1. Analyses univariées *362*
3.1.1. Les facteurs de localisation pris en considération à l'échelle infra-nationale 362
3.1.2. Les critères de choix du pays d'accueil du nouveau site 366
3.2. Analyses bivariées *371*
3.2.1. La contingence économique des logiques de choix de localisation 372
3.2.2. Recherche de la localisation au moindre coût et mimétisme 375
3.2.3. L'encastrement des PME et de leurs dirigeants dans leur milieu local d'origine 380
3.3. Analyse en Composantes Principales *383*
3.3.1. La mise en œuvre de la procédure 383
a. Réalisation d'une ACP initiale sur l'ensemble des facteurs de localisation et sélection des six premiers axes 383
b. Elimination des items mal représentés par la solution en six axes 385
3.3.2. L'Interprétation des six axes extraits de l'ACP 387
Dimension 1 : L'importance des logiques de recherche de la localisation au moindre coût pour des activités de production industrielle 390

Dimension 2 : L'importance des logiques de recherche de connaissances 391
Dimension 3 : Le poids des préoccupations liées à la qualité de vie des salariés du site 391
Dimension 4 : L'intensité du recours par les dirigeants à leur réseau de relations personnelles 392
Dimension 5 : L'importance des logiques de disponibilité immédiate 393
Dimension 6 : L'importance de la proximité avec les marchés et les clients de l'entreprise 393
3.3.3 Mise en relation des résultats de l'Analyse en Composantes Principales sur les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale avec la littérature 393
3.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale 397
3.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de classification ascendante hiérarchique et le choix d'une partition 397
a. Principes généraux 397
b. Le choix de la partition en cinq classes 397
c. Description statistique de la partition en cinq classes 401
3.4.2 L'interprétation de la typologie en cinq classes 402
a. Présentation d'ensemble 402
b. Interprétation des cinq classes dégagées 406
Classe 1 406
Classe 2 415
Classe 3 423
Classe 4 432
Classe 5 438
3.5 L'étude des relations entre les facteurs de localisation pris en considération et les acteurs de la décision de localisation 448
3.6. Mise en relation de la typologie selon les facteurs de localisation à l'échelle infra-nationale avec la littérature 457
3.6.1. Mise en relation de la typologie avec les typologies préexistantes 457
a. Classe 1 458
b. Classe 2 458
c. Classe 3 459
d. Classe 4 459

e. Une pertinence très partielle du cadre conceptuel utilisé 460
3.6.2. L'existence dans l'échantillon de lignes de partage qui n'apparaissent pas dans l'analyse typologique 461
a. Le cas particulier de la classe 5 : des logiques, parfois contrariées, de continuité spatiale 462
b. L'inertie spatiale, caractéristique dominante de l'échantillon 464
Des entreprises ancrées dans le territoire 464
Transferts d'activités et risques de pertes de compétences 465
L'influence de l'encastrement local des dirigeants de PME sur leurs choix de localisation 467
c. Préférence pour les localisations connues et rationalité technico-économique dans les décisions de localisation à l'international 469
Le choix d'un lieu d'implantation à l'intérieur du pays d'accueil préalablement choisi 469
Des indices pour une remise en cause plus fondamentale de la rationalité économique sous-jacente au choix du pays d'accueil 470
CHAPITRE 4 : LES DIFFICULTES RENCONTREES LORS DE MISE EN ŒUVRE DE LA DECISION DE LOCALISATION 473
4.1. Analyses univariées 474
4.1.1. Les difficultés rencontrées dans la conduite du projet avant l'ouverture du nouveau site 474
4.1.2. L'étude des causes des retards dans la mise en service des nouveaux sites 475
4.1.3. Les difficultés rencontrées après l'ouverture du nouveau site 478
4.1.4. La satisfaction générale des entreprises de l'échantillon à l'égard des choix de localisation réalisés 480
4.2 Analyses bivariées 483
4.3. Analyse en Composantes Principales 489
4.3.1. Mise en œuvre de la procédure d'ACP 490
a. Réalisation d'une première ACP sur l'ensemble des variables initiales retenues et sélection des deux premiers axes factoriels 490
b. Elimination des items mal représentés par la solution en deux axes 492
4.3.2. L'interprétation des deux axes extraits de l'ACP 494
Dimension 1 : L'importance des difficultés dans la gestion des ressources humaines du nouveau site 495

Dimension 2 : L'importance des difficultés de coordination posées par l'ouverture du nouveau site 496
4.4. Typologie des décisions de localisation en fonction des difficultés rencontrées lors de leur mise en œuvre 498
4.4.1. La mise en œuvre de l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique et le choix d'une partition 498
a. Principes généraux 498
b. Le choix de la partition en trois classes 498
c. Description statistique de la partition en trois classes 501
4.4.2. L'interprétation de la typologie en trois classes 501
a. Présentation d'ensemble 501
b. Interprétation des trois classes dégagées 504
Classe 1 : Des décisions de localisation à l'origine de difficultés de coordination dans le fonctionnement de l'entreprise 504
Classe 2 : Des difficultés sensibles dans la gestion des ressources humaines du nouveau site 510
Classe 3 : L'absence de difficultés de mise en œuvre significatives 513
4.5. L'étude des relations entre les acteurs de la décision, les facteurs de localisation pris en considération et les difficultés de mise en oeuvre 517
4.5.1. Croisement entre les typologies en fonction des acteurs de la décision et en fonction des difficultés de mise en œuvre des décisions prises 517
4.5.2. Croisement entre les typologies en fonction des facteurs de localisation et en fonction des difficultés de mise en œuvre des décisions prises 519
CONCLUSION GENERALE 523
Objectifs et apports de la recherche 523
La combinaison entre un cadre conceptuel associant aversion pour le risque et logiques économiques et une méthodologie de l'enquête par questionnaire 523
L'adoption d'un point de vue gestionnaire sur les décisions de localisation 525
Des résultats féconds 525
La pertinence partielle du cadre conceptuel adopté 526
Les deux explications principales à la prédominance des logiques inertielles au sein de l'échantillon 527

Le choix de la mobilité géographique, une réponse à des pressions institutionnelles ? ... 528
Limites et perspectives de recherche futures ... 529
Les limites tenant à la méthodologie de l'enquête par questionnaire ... 529
Les limites liées à la définition du champ d'analyse et à la procédure d'échantillonnage ... 531
BIBLIOGRAPHIE ... 535
TABLE DES MATIERES ... 549