

# Chapitre 1

## ENTREPRISES EN RÉSEAU VILLES, RÉGIONS ET ÉTATS

*« Le monde procède de l'interaction des situations locales qu'il englobe.  
Il est clair que pour comprendre la mondialisation,  
il faut à la fois connaître le monde dans ses structures et l'enchevêtrement de ses systèmes  
et appréhender la manière dont la mondialisation s'exprime et marque les réalités locales »*  
Olivier Dollfus, 2001, *La Mondialisation*

L'internationalisation des villes européennes s'intègre dans un même mouvement de diffusions économiques, technologiques, organisationnelles mais aussi sociales et culturelles. Deux processus dominants sont à l'œuvre dans cette intégration transnationale des systèmes urbains :

- la diffusion entre les villes d'informations spécifiques telles que des modes de production, des nouveaux produits, des types d'organisations sociales et technologiques ;
- la spécialisation de chaque ville dans une division spatiale du travail qui, s'inscrivant dans les échanges mondiaux, se définit essentiellement, comme nous le montrerons, dans le cadre d'un sous-système continental.

Les capacités des villes à produire ou à adopter des innovations sont les conditions majeures du maintien de leur position, voire de leur développement, comme nœuds d'échanges et de communication. De nombreux auteurs redécouvrent actuellement, parfois avec surprise, les propriétés d'échanges et d'interactions des villes (Castells, 1998 ; Sassen, 1996). Celles-ci ont pourtant été largement soulignées, notamment pour des périodes historiques se référant à des *Systèmes monde* géographiquement identifiés (Braudel, 1979 ; Bairoch, 1978, 1985). Ces propriétés, en élargissant l'aire d'influence des réseaux autour des villes au rythme des progressions technologiques, conservent généralement les mêmes principes. Elles s'inscriraient, alors, de moins en moins dans des territoires mitoyens, séparés par des frontières quasiment imperméables. En revanche, elles se déploieraient de plus en plus dans un territoire unique, intégrant théoriquement la planète entière. La tendance à l'unification des territoires, loin d'occulter le passé, s'appuie sur des spécificités spatiales, héritées de relations souvent très anciennes. Cet héritage entre en interaction avec les nouveaux réseaux d'échanges. Il en accélère ou en freine le développement.

Grâce à leurs capacités d'échanges, les villes accueillent des fonctions et des activités qui forment une *base économique*, sans cesse en renouvellement. Sur cette base se construisent la spécialisation des villes, leur attractivité et les projets politiques de leurs représentants. L'insertion de chaque ville dans des réseaux distincts induit, par les synergies déployées, l'envergure et la densité du maillage de sa zone d'influence. La position relative de la ville s'en trouve ainsi renforcée. Toutefois, cette insertion ne dépend pas de la seule volonté des autorités locales. La construction de réseaux d'échanges économiques, selon une logique industrielle qui ne relève pas toujours en priorité de stratégies spatiales (Bouinot, 2000), s'articule avec les logiques spécifiques de développement territorial de chaque ville. Les choix des acteurs économiques orientent alors le développement des villes au travers de réseaux sans cesse élargis. Du fait de la diversité de leur implantation et de leur puissance financière, les entreprises multinationales sont des acteurs décisifs impliqués dans ces mouvements. Le réseau de leurs filiales interagit avec celui tissé par les autres acteurs de chaque ville, chaque région et chaque pays.

Les villes sont au cœur des stratégies spatiales des entreprises multinationales, parce qu'elles réunissent les propriétés de leurs pays respectifs (le « *champ international* ») et les facultés de mise en réseau dans des temps réduits (le « *champ transnational* ») (Dollfus, 2001). Olivier Dollfus précise que « *chacun [de ces champs] est fondé sur une forme différente de maîtrise de l'espace : pavage pour l'international, réseau pour le transnational [...]. De l'international dépendent les taux de change, les règlements en matière de travail et de fiscalité, les « externalités » dont l'entreprise peut tirer parti, l'ampleur et l'état du marché. Toutes bénéficient des « facilités » que permet la sphère « transnationale » : information instantanée, possibilité de recourir à des monnaies transnationales, d'avoir des filiales dans des paradis fiscaux* » (2001, p. 104-105). Les stratégies des entreprises multinationales doivent être précisées dans ces deux sphères si l'on veut comprendre l'articulation des échelles d'organisation urbaine qu'elles animent.

L'exposé des stratégies spatiales des entreprises multinationales sera développé dans ce chapitre en approfondissant les comportements des entreprises et leur rapport aux milieux locaux (en particulier les villes), aux régions et aux États. Nous préciserons, d'une part, notre approche des entreprises multinationales, et plus généralement des entreprises (1) et, d'autre part, celle des relations entre les entreprises et les territoires, notamment les entreprises en réseau (2). Les processus de mondialisation et de « globalisation » seront ensuite abordés (3) afin de souligner les rôles des échelles continentale, nationale, régionale et urbaine dans la mise en réseau des entreprises multinationales. Ce retour aux éléments de bases de la géographie économique, constitue une étape indispensable, avant d'aborder l'étude proprement dite des entreprises multinationales dans les systèmes urbains en Europe.

## 1.1. Les frontières floues des entreprises

L'approche de l'organisation de l'entreprise est spécifique, si l'on cherche à souligner son lien avec le développement territorial. Il ne s'agit pas ici d'opérer une intégration de l'espace dans l'approche économique, ce que fait l'*économie géographique* (Storper, 1985, 1995 ; Huriot (dir.), 1998). Nous proposons plutôt l'inverse, c'est-à-dire l'intégration des logiques économiques dans l'approche spatiale des systèmes urbains. Il s'agit donc d'une démarche de *géographie économique*. Notre approche s'inscrit plus précisément dans la ligne tracée par de nombreuses recherches qui soulignent l'implication de la logique entrepreneuriale dans le développement urbain, parmi lesquelles A. Weber (1929), Vernon (1960), Pred (1967, 1972, 1977) Saint-Julien (1982) ou Scott (1988b). Ces recherches se focalisent toujours sur les facteurs de localisation des entreprises, mais toutefois selon des aspects différents de celles-ci. Les entreprises sont qualifiées selon leurs inputs et outputs (Weber), selon le cycle des produits (Vernon, Saint-Julien), selon les liens de filiation d'entreprises (Pred), ou selon leur degré de désintégration verticale (donc de relations entre des entreprises) (Scott). Chacune de ces approches contient un éclairage différent des entreprises et de leur lien avec les territoires. La question est alors de les utiliser de manière pertinente face à la question de la mise en relation des villes européennes.

Nos choix ont également été guidés par les approches liées à l'internationalisation des entreprises. Ce sont essentiellement Krugman et Helpman qui ont placé les entreprises et non plus les États-nations au centre de la construction théorique d'une *nouvelle économie internationale* (Krugman, 1988; Helpman, Krugman, 1989). Différentes définitions coexistent, là encore, pour aborder les relations entre les entreprises et le territoire. Elles mettent à chaque fois l'accent sur différentes propriétés des entreprises, que l'on peut, dans un premier temps, rappeler. L'exposé de ce rappel s'ordonne selon différentes étapes qui permettront de préciser le sens spécifique que nous donnons à l'organisation spatiale de l'entreprise dans un système urbain. Toutes les approches de l'entreprise n'y sont pas citées de manière exhaustive, mais uniquement celles qui, à notre sens, éclairent la relation que nous privilégions entre les systèmes de villes et les réseaux d'entreprises multinationales. Cette relation, qui comporte, certes, une dimension spatiale d'intégration des entreprises dans les villes, s'articule avec d'autres stratégies répondant à des logiques industrielles et à des logiques de gouvernance des entreprises. C'est la raison pour laquelle nous repartirons de la définition générale de l'entreprise afin de mettre en exergue cette articulation.

L'organisation élémentaire (la firme ou l'entreprise, termes que nous utiliserons indifféremment) a un sens très large. Elle peut définir à la fois une entreprise familiale et une corporation transnationale géante (Dicken et Malmberg, 2001). Il existe bien des définitions juridiques nationales de l'entreprise sur lesquelles reposent les différents systèmes de comptabilité et de fiscalité. Il n'en demeure pas moins une grande difficulté à repérer les frontières de l'entreprise. La distinction entre les transactions inter-firmes et intra-firmes a pu contribuer, dans le passé, à préciser les limites des entités entrepreneuriales. En théorie, les *contrats* (complets) internes à la firme sont censés se distinguer clairement de ceux du marché. Parfois, ce type d'approche a mis l'accent sur le rôle de lien que la firme assure pour ces contrats. D'autres fois, ce sont les capacités à l'organisation formelle d'arrangements contractuels qui constituent les propriétés

de la firme. C'est dans ce cadre qu'ont été développées les premières théories de la localisation. Weber (1929), dans son célèbre triangle, distingue l'intérieur de l'extérieur de la firme en basant son modèle sur l'équilibre entre, d'une part, les seuls *inputs* et *outputs* que la firme échange avec l'extérieur et, d'autre part, ses plus-values. Sa prise en compte des économies d'échelle dans les externalités des entreprises modifie cet équilibre, mais il ne considère pas les différentiels des contextes spatiaux issus de la division spatiale du travail, des déséquilibres industriels, ou des marchés du travail.

### Encadré 1.1 Définitions de l'entreprise et du groupe

#### Entreprise ou firme

« L'entreprise est une unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production pour produire des biens ou des services destinés à être vendus sur un marché. » (Beitone A., Cazorla A., Dollo C., Draï A.M., 2001, *Dictionnaire des sciences économiques*, Armand Colin.)

« L'entreprise, en tant qu'organisme complexe, composé de multiples parties interconnectées en évolution permanente sous l'action de l'environnement et de ses dirigeants est assimilable à un système. » (Darbelet M., Iazard L., Scaramuzza M., 1990, *Économie d'entreprise*, Les éditions Foucher.)

L'entreprise est un système avec une structure (locaux, personnel) et un réseau de flux (physiques, financiers et d'information). C'est un système ouvert : elle est en relation avec son environnement économique, technique, institutionnel, culturel, etc. qui est évolutif.

#### Entreprise ou firme multinationale

« Une entreprise multinationale est une entreprise contrôlée par un investisseur étranger (groupe étranger) ou entreprise (maison mère) ayant au moins une filiale à l'étranger » INSEE.

« Est multinationale toute entreprise qui produit sur un territoire autre que son territoire d'origine ». (Muchielli J.L., 2003, «Multinationales (entreprises)», *Encyclopædia Universalis*)

#### Filiale

En droit français, les sociétés dans lesquelles une société détient plus de 50% du capital social sont appelées filiales. Une filiale a une personnalité juridique propre (ce qui n'est pas toujours le cas pour les établissements). (Beitone A., Cazorla A., Dollo C., Draï A.M., 2001, *Dictionnaire des sciences économiques*, Armand Colin.). Ainsi les filiales sont des entreprises qui appartiennent à d'autres entreprises.

#### Groupe

Un groupe est un ensemble d'entreprises dépendant d'un même centre de décision, sans être lui-même contrôlé par un autre groupe. Il comprend, en général, une société mère et un ensemble de sociétés dépendantes ». (Beitone A., Cazorla A., Dollo C., Draï A.M., 2001, *Dictionnaire des sciences économiques*, Armand Colin.)

Un groupe a une autonomie juridique qui l'assimile lui-même à une entreprise ou une firme. On parle indifféremment d'entreprise multinationale, de firme multinationale ou de groupe multinational (puisque une entreprise multinationale est toujours un groupe d'entreprises). Nous emploierons de manière préférentielle le terme *groupe* ou celui *d'entreprises en réseau* pour évoquer l'ensemble des relations de filiations entre des entreprises.

Dans la conceptualisation du réseau spatial des entreprises multinationales que nous proposons, le maillage créé par l'architecture des liens internes aux groupes (liens de filiations entre des entreprises) constitue la base de notre objet d'étude. Mais ces liens sont confrontés aux systèmes urbains dans lesquels ils s'insèrent. Ils doivent donc être explicitement intégrés dans l'environnement socio-économique.

D'autres théories fondées sur les *contrats incomplets* sont apparues plus tard afin de combler ce manque d'intégration de la firme. Ces théories introduisent les *coûts de transaction* dans le fonctionnement de l'entreprise (coûts de recherche et d'information, de négociation et de décision, de politiques et d'applications) (Coase, 1937). La limite fluctuante entre l'incertitude qui découle des coûts de transaction et l'information en surabondance, détermine alors les frontières de la firme. Celle-ci va tenir compte, dans la définition de sa stratégie, du rapport entre coûts de transactions et coûts de production pour internaliser ou externaliser les fonctions qui lui sont nécessaires. C'est dans cette lignée qu'ont notamment été développées les théories comportementales de la firme, connues sous le nom de *gouvernance* ou *gouvernement d'entreprise* (Williamson, 1981). D'autre part, le concept de *rationalité limitée* (Simon, 1957) se substitue à celui d'agents rationnels et pleinement informés de l'économie néoclassique. Tout n'étant pas clairement contractualisé, l'ensemble des arrangements opportunistes varie, et forme les *structures de gouvernance*.

Toutefois, la gouvernance, telle qu'elle est définie à son origine, n'intègre qu'une partie des relations des entreprises avec leur environnement : essentiellement celles liées au marché et à la concurrence. Or les systèmes urbains ne se réduisent pas à ces seules composantes : « *le fait urbain est une façon particulière d'organiser l'espace, d'habiter, d'utiliser, d'exploiter et de contrôler un territoire. Cela aussi bien à l'échelle de la ville elle-même qu'à l'échelle des réseaux urbains ou des systèmes de villes* » (Pumain, Huriot, Derycke, 1996, p. 3). Les entreprises localisées dans une ville, et a fortiori dans plusieurs, s'insèrent dans l'ensemble de ces dimensions urbaines, celles des villes aussi bien que celles des systèmes urbains. Elles appuient leur développement sur les richesses créées par tous les domaines de la vie urbaine, et en particulier sur les dynamiques qui découlent des innovations. Ces innovations concernent non seulement la technologie, mais aussi les mutations qui s'opèrent dans des domaines très variés comme, par exemple, l'information (marketing, publicité), l'art (*design*), ou les rapports sociaux (organisation des relations dans l'entreprise, entre les entreprises, avec les acteurs locaux, avec la clientèle...). La création d'innovations découle de la rencontre aléatoire des compétences. L'adoption de ces innovations dépend de l'intensité de l'interdépendance avec les lieux innovants et de l'aptitude au changement. Les villes, tout au long de l'histoire, maximisent ces deux processus, du moins tendanciellement. C'est en grande partie sur ces propriétés, créées à la fois par chaque ville et par ses relations dans les systèmes urbains, que les entreprises intègrent les qualités des villes dans leur propre développement.

Les *théories évolutionnistes* de l'entreprise répondent en grande partie à cette relation entre la ville et l'entreprise. Elles se placent également dans cette lignée des *contrats incomplets*, et posent le *savoir-faire* au centre de la définition de la firme (Nelson, Winter, 1982). Que la firme regroupe des activités similaires ou complémentaires, c'est cet ensemble spécifique de compétences, en relation avec le marché, qui va déterminer ses frontières (Richardson, 1972, 1998). Cette dernière définition, semble très appropriée pour identifier les

entreprises dans un ensemble de lieux socialement différenciés. En effet, chaque lieu apporte aux entreprises une part de ses compétences spécifiques en relation avec le marché accessible. Ceci peut être facilement transposé à l'approche du développement des systèmes de villes dans l'organisation des réseaux des entreprises multinationales. Chaque ville se définit par son propre système et rend accessibles des systèmes urbains de différentes échelles. Cette approche « *rend compte comment les grandes firmes intègrent dans leur stratégie des choix d'architecture organisationnelle fondée sur l'interaction entre établissements et la distribution des fonctions* » (Zimmermann, 1998, p.216). Les groupes d'entreprises s'appuient sur les différenciations des systèmes urbains pour distribuer leurs unités fonctionnelles et organiser leurs multiples relations entre les filiales et des filiales avec leur environnement. À travers ces réseaux d'entreprises tissés dans les systèmes urbains se révèlent les processus de division spatiale du travail à l'intérieur des entreprises, dont la dynamique fait varier les contours de chacune (Scott, 1988, 2001).

Cette démarche nous intéresse particulièrement en ce qu'elle conduit à mettre au jour, à travers les réseaux d'entreprises, une part des interactions de complémentarités et de concurrence qui forment les systèmes urbains. Ces interactions spatiales sont en partie mises en œuvre par les entreprises, qui rassemblent en un même lieu ou mettent en réseau à l'intérieur de leur organisation un assemblage hétérogène de biens, de matières premières, de compétences humaines, de savoir-faire, de pratiques collectives, etc. La dimension spatiale de l'entreprise est alors explicitement intégrée dans un système de lieux (ou de villes) qu'elle met en interaction (« spatiale » ou « horizontale ») par la division spatiale du travail qu'elle opère, et par tous les échanges de biens matériels et immatériels qui en découlent. L'entreprise se maintient et évolue par la mise en rapport avec la présence d'autres entreprises en compétition et par l'interaction (« écologique » ou « verticale ») qu'elle entretient avec chaque milieu investi. Sont impliquées, dans cette interaction verticale, l'offre et la demande en produits et en services, et les capacités locales de création ou d'adoption des innovations. Ces dernières dépendent pour beaucoup des structures sociales de ces lieux et des rapports entre les différents types d'acteurs (économiques, politiques, scientifiques, sociaux et culturels) (Peraldi, Perrin, 1996).

Chaque lieu investi par l'entreprise participe à l'hétérogénéité de l'entreprise, cette dernière formant à chaque fois une combinaison unique. Cette combinaison singulière contribue à l'identité de l'entreprise et à sa viabilité. On peut donc définir l'identité de l'entreprise à la fois par ses domaines d'activités, sa taille, ses modes de gestion, et ses stratégies spatiales qui intègrent son système d'implantations territoriales. Dans certains cas, les stratégies spatiales et territoriales représentent une composante essentielle de son fonctionnement.

## 1.2. Entreprises et territoires

Nous considérons que les relations entre les entreprises et le territoire vont ainsi bien au-delà de simples relations économiques. L'entreprise est un lieu où se prennent des décisions qui impliquent des conflits, de l'incertitude, de la stimulation, de l'apprentissage, des savoirs stratégiques (Polanyi M., 1966) et de l'adaptation dans le temps. Tout ceci se développe dans des territoires contribuant à créer ces processus, tout en subissant l'effet des décisions de l'entreprise. Il se crée donc une boucle de renforcement mutuel entre les territoires et les entreprises. Pred (1967) et Smith (1971) ont, parmi les premiers, traduit cette conception de l'entreprise en géographie. Ils considèrent la décision des entrepreneurs, non pas comme une simple maximisation des profits, mais comme une recherche des profits adéquats en fonction de leurs informations sur le territoire et de leurs capacités à les mobiliser. C'est ce qui a conduit, quelques décennies plus tard à la définition du concept d'*apprentissage spatial* (Taylor, 1996, Asheim, 1997). Cette approche permet de placer les processus décisionnels des firmes dans les interactions et transactions spatiales intra- et inter-entreprises. Cette démarche insiste également sur le poids des interactions spatiales dans la vision du développement économique des territoires. Ces territoires peuvent désormais être abordés comme des systèmes intégrés dans des macro-systèmes de concurrence, de complémentarités et de dépendances, tout ceci à l'échelon inter-territorial.

Des approches plus récentes soulignent encore davantage les liens entre les sociétés, l'existence et le développement des entreprises. À la suite notamment de Polanyi (1944, 1957) et de Granovetter dans une *approche éclectique* (1985), la firme est encore davantage insérée dans un processus socio-économique. En effet, celle-ci entretient des liens de réciprocité avec l'environnement productif et de marché, soit au sens large, avec la société tout entière. Les liens économiques s'insèrent dans les multiples connexions sociales qui forment la cohésion des territoires (Hodgson, 1988 ; Powell, 1990 ; Dicken, Thrift, 1992). Ces connexions ou réseaux sociaux contribuent à orienter et à canaliser les échanges et les transactions. Cette vision a eu beaucoup d'influence en économie spatiale et en géographie économique notamment dans les courants de recherches sur les *nouveaux espaces industriels*, les *districts industriels* (Brusco, 1982 ; Becattini, 1987 ; Becattini et Rullani, 1995), les *systèmes régionaux d'innovation* et les *milieux innovateurs*, etc. (Aydalot, 1986 ; Scott, 1988 ; Asheim, 1994, 2001 ; Maskell *et al.*, 1998 ; Benko, Lipietz, 1992, 2000). Un *territoire entrepreneurial* ou un *milieu* peuvent alors être définis à travers les actifs mobilisés par les entreprises qui peuvent être « *génériques* », c'est-à-dire transférables, ou « *spécifiques* » (non-transférables) comme les processus d'apprentissage ou de connaissance du fonctionnement du milieu (Colletis, Pecqueur, 1996). En retour, la firme apporte au territoire de nouvelles compétences et innovations, transférables ou non. Ainsi, le milieu apparaît « *comme une formation socio-économique qui, à la fois, génère de la dynamique et se constitue en la mettant en œuvre* » (Perrin, 1993).

La notion de ville répond pour une part à cette définition du milieu, notamment par ses propriétés de capital relationnel, d'interaction spatiale et de processus d'apprentissage (Camagni, 1999). Toutefois, la ville constitue une organisation plus complexe que les milieux innovateurs. Elle possède des capacités de renouvellement que ne connaissent pas toujours les milieux innovateurs. Ces capacités sont en grande partie produites par les tendances urbaines à la diversification économique et à l'hétérogénéité sociale. Ces deux tendances sont opposées pour

les milieux innovateurs qui se caractérisent à l'inverse par la spécialisation et l'homogénéité (Camagni, 1999). Malgré tout, des milieux innovateurs se forment à l'intérieur de grandes villes comme, par exemple, le milieu financier à Zurich, Genève, ou Francfort ; la filière de la mode à Milan ou Paris ; le milieu des *media* et de communication à Hambourg ou Milan (Camagni, 1999).

Cette approche par les réseaux de transaction est moins souvent utilisée dans les recherches sur les systèmes de villes que dans celles sur les systèmes locaux. Le changement d'échelle, que l'on opère en passant des territoires locaux des villes à des territoires interurbains, se justifie pourtant par l'importance que prennent aujourd'hui les systèmes d'entreprises « multi-territoriaux » dans les sociétés urbanisées et dans les grandes villes en particulier. Dunning a pu appliquer l'approche eclectique aux entreprises multinationales en confrontant les avantages concurrentiels, de localisation et d'internalisation des entreprises à l'étranger (Dunning, 1981). Dans cette perspective, l'étude des réseaux d'entreprises tissés entre des villes permet d'évaluer comment une même entreprise articule différentes propriétés locales au travers de ses différentes localisations.

### 1.2.1. Entreprises en réseaux et territoires

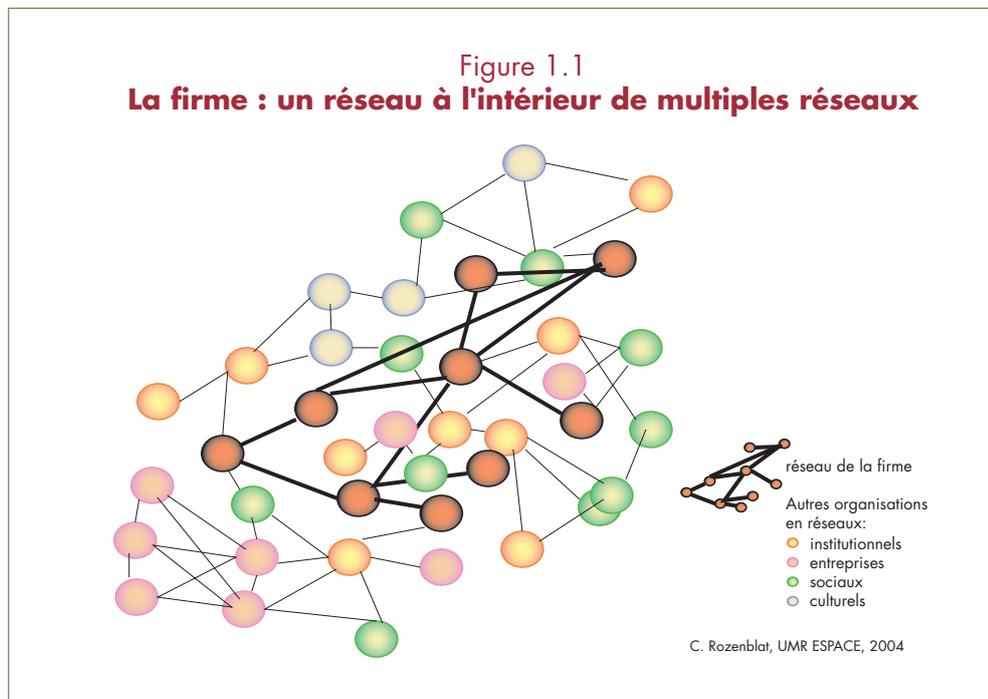
Dans la logique de production à *flux tendus* minimisant les stocks, les propriétés de l'espace permettant d'augmenter les performances des réseaux de communication deviennent cruciales pour le bon fonctionnement de la coordination de l'ensemble, mais aussi pour des réactions vives et rapides aux fluctuations boursières, climatiques, politiques, ou de consommation (Bakis, 1977, 2000). L'économie informationnelle n'est, en effet, pas seulement une révolution technologique. Elle a valorisé un bien nouveau, l'information numérique, et un nouveau type d'organisation, la mise en réseau (Castells, 1998).

La convergence entre les besoins organisationnels des firmes et les nouvelles technologies de l'information ont établi la mise en réseau comme une forme fondamentale de la compétition entre les entreprises qui se situe maintenant à l'échelle de l'économie mondiale. La désintégration verticale, caractérisant les espaces industriels post-fordistes, rend nécessaire la substitution des firmes par des systèmes de firmes (Scott, 1988). Ceux-ci prennent la forme de réseaux inter-firmes, de systèmes de production ou d'innovation locaux, régionaux, nationaux et internationaux (Veltz, 1993, 1996). Une partie de ces systèmes de firmes est intégrée dans les réseaux intra-groupes où les coûts de transaction sont réduits.

Toutefois, au lieu de considérer que les distances séparant les villes font partie des coûts de transaction, comme le fait Allen Scott (1988), nous les maintenons *a priori* distinctes. Nous utilisons la notion de coûts de transaction pour définir des *groupes d'entreprises en réseau* ayant plus d'interactions entre elles qu'avec d'autres entreprises quelles que soient les distances les séparant. Les plus nombreuses relations spatiales produites à l'intérieur des groupes soulignent *a posteriori* les réductions des distances découlant du renforcement des systèmes spatiaux. Comprendre la logique d'organisation spatiale des entreprises en

réseau est, comme le dit Pierre Veltz, « *plus que jamais crucial pour une prospective du territoire* » (1993, p. 47). La coopération et la mise en réseau offrent les seules possibilités de partager les coûts, les risques, et de maintenir un renouvellement permanent de l'information au sein de chaque entreprise. Cela ajoute aux règles « classiques » de stratégies de compétition, fondées sur les monopoles locaux, l'offre et la demande en un lieu unique, une nouvelle règle de *complémentarité* entre des lieux du réseau (Shapiro et Varian, 1999). Chaque groupe possède un réseau de filiales distribuées dans différents lieux. Ces filiales ont une division du travail organisée et dynamique qui entraîne divers types d'échanges entre les lieux (Dunning, 1981 ; Rugman, 1985, 1996) : des échanges de production et de biens, des échanges technologiques, des échanges informationnels, des échanges de personnel, des échanges financiers et des rapports de domination décisionnelle (par le contrôle du capital notamment).

Nous proposons de représenter la firme multi-établissements comme un ensemble de « réseaux à l'intérieur de réseaux sociaux » plutôt que comme un « îlot de coordination à l'intérieur d'une mer de relations de marchés » (Dicken et Malmberg, 2001, p. 347) (fig. 1.1).



Ainsi, les firmes en réseau (ou groupes d'entreprises) contribuent à tisser des liens d'interdépendance entre des territoires distincts, parfois éloignés, chacun étant constitué de réseaux sociaux et économiques locaux. Hubert Landier (1987) développe davantage cette métaphore du réseau en évoquant l'organisation « polycellulaire » des entreprises. Ce « *modèle cellulaire en réseau* » se décline en de multiples formes (Veltz, 2000, p. 174-175) :

— La firme « classique » multi-établissements intériorise une grande part de la division de la chaîne de production (fabrication complète sur chaque site ou fractionnée avec phase d'assemblage ; recherche et développement ; commercialisation ; services financiers ; etc.). Ce type de firme est, à des degrés variables, entouré d'une nébuleuse de fournisseurs. La désintégration verticale récente, souvent évoquée, correspond à l'externalisation à des sous-traitants d'un certain

nombre de tâches peu rentables ou très incertaines et au recentrage sur les métiers de base (Scott, 1988 ; Bouinot, 2000, 2002, 2003, 2004).

— La firme « creuse », où l'externalisation est presque totale, ne fait qu'organiser la production. Des entreprises, comme Nike, Coca Cola ou Benetton, n'emploient directement que 5% environ de la force de travail mobilisée par leurs activités. Elles maîtrisent les deux extrêmes de la chaîne de valeur (d'un côté, la conception des produits, de l'autre, le marketing) et opèrent donc une « déverticalisation » de la production (Bouinot, 2000).

— Les réseaux de PME, organisés en *chaîne de valeur ajoutée*, soit autour d'une firme centrale, soit en « réseaux horizontaux » où toutes les firmes ont la même importance. Ces derniers réseaux sont très bien décrits dans les districts italiens (Becattini, 1987). Les firmes y opèrent une division du travail dans la même chaîne de production. Elles adhèrent ainsi à un système local d'interdépendances intenses et denses.

— Les réseaux d'alliance et de coopération entre firmes : alliances technologiques, *joint-ventures*, partenariats économiques ou financiers etc.

— Les regroupements en holding mettant en commun des ressources financières.

— Des réseaux de travailleurs indépendants (en *free-lance*), offrant des prestations spécifiques et ponctuelles.

En fait, les réseaux d'entreprises suivent rarement une logique unique car « ces schémas s'interpénètrent de manière complexe » (Veltz, 2000). Il en résulte un tissage de relations entre des unités qui n'est homogène ni sur le plan de l'entreprise, ni sur le plan spatial. Très souvent, ces réseaux « comportent un noyau central assez stable (où se réalisent les économies d'échelle et où se prennent les décisions stratégiques) et des périphéries multiples où sont engendrés les effets de flexibilité et de variété » (Veltz, 1993, p. 68).

Ce « noyau central » est bien souvent internalisé au sein d'une grande entreprise en réseau qui développe des réseaux externes autour de ses multiples implantations, à l'intérieur de leurs territoires « localisés » respectifs. Ainsi, une typologie des districts industriels des États-Unis, Japon, Corée et Brésil met en évidence le lien souvent fort entre les districts industriels et les grandes entreprises internalisant des réseaux de longue portée spatiale (Markusen, 2000). Sur quatre types de districts que Markusen identifie, le premier est le « *district italien* », formé de l'articulation de petites et moyennes entreprises, mais les trois autres s'organisent autour d'une grande entreprise en réseau : l'un est impulsé par une activité dirigée par l'État ; les deux autres se développent autour de grandes entreprises privées (autour de leur centre [« *moyeu-et-rayon* »] ou de leurs filiales [« *plateformes satellites* »]). Selon Markusen, « la plupart des zones métropolitaines à forte croissance doivent leurs performances aux entreprises ou aux industries-moyeux, aux plates-formes satellites ou aux industries d'État, ou encore à la combinaison de plusieurs de ces types » (2000, p. 115). Ainsi, l'ouverture des systèmes locaux, apportée en grande partie par les entreprises multisites, est un facteur primordial de leur développement. « Le tissu [local] émerge, dans le sens systémique du terme (propriétés émergentes), des interactions entre différentes catégories d'acteurs, industriels, institutionnels, fondées et fondant les rencontres productives au sein même du territoire, entendu ici comme système ouvert. Il en résulte en d'autres termes de l'existence de cette « *dynamique commune des firmes et du territoire* » dont la stabilité est à rechercher sans doute dans le rapport entre interactions internes et interactions externes » (Zimmermann, 1998, p.218-219). Le rapport « local-global » se développe, le plus souvent, dans

la combinaison (ou la tension) entre les relations de proximité et les relations inter-territoriales qui se constituent, pour une part, au sein même des réseaux des grandes entreprises.

### 1.2.2. Entreprises en réseaux, temporalités et distances

Les relations entre des territoires éloignés sont rendues possibles grâce aux progrès dans les technologies de transport et de communication. Ces technologies font émerger des modèles d'organisation spatiale davantage fondés sur le temps, parce que la contraction espace-temps amenuise considérablement les distances. Ainsi, « *la disponibilité d'infrastructures de communication (autoroutes, chemin de fer, aéroports, télécom et demain, autoroutes de l'information) intervient comme une condition nécessaire incontournable, celle de la relation avec l'ailleurs, avec le non-local. Cet effet se trouve renforcé dans la mesure où d'une organisation industrielle fondée sur la maîtrise des coûts individualisés, on est passé à une organisation fondée sur la recherche d'efficacité dynamique globale, intra-firme comme inter-firme* » (Zimmerman, 1998, p. 213). Cette organisation dominante engendre une interdépendance croissante entre des systèmes locaux territorialisés, éloignés géographiquement les uns des autres, mais rapprochés temporellement grâce à leur accessibilité physique (transports) ou virtuelle (télécommunications). Cette révolution technique contribue largement à la dynamique d'internationalisation. Elle « *imbrique de manière profonde les effets et les formes des changements techniques d'un côté, et les effets et les formes de la concurrence mondialisée (à la fois par les prix et la différenciation), de l'autre* » (Veltz, 1998, p. 3). Les dynamiques territoriales sont fortement marquées par ces bouleversements, tant pour les destinations de leur production, que pour l'origine de leur consommation. Ceci entraîne une mutation des spécialisations spatiales relatives et une reconfiguration des échanges.

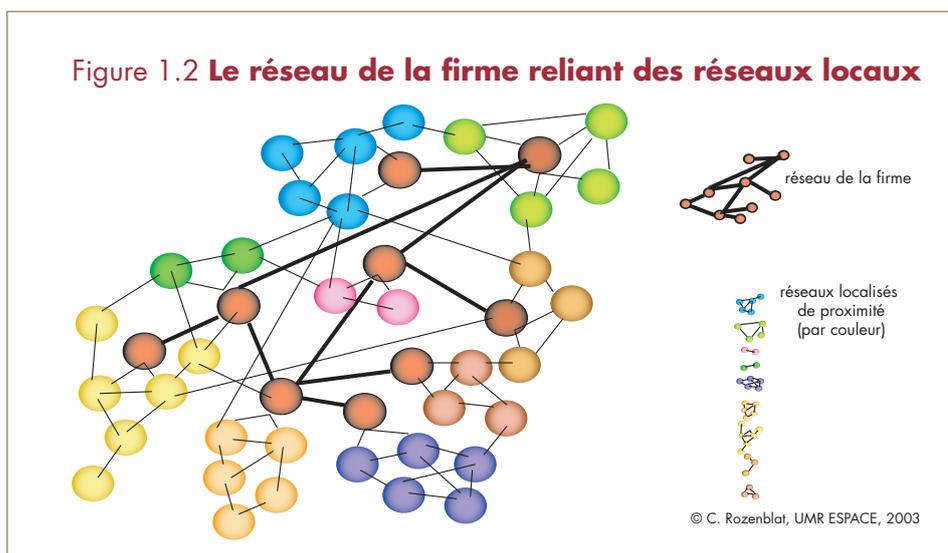
Selon Pierre Veltz, « *l'enjeu est la maîtrise, à travers l'espace, du facteur temps, la vitesse, et surtout la fiabilité des délais* » (1993, p. 72). Ainsi, on verrait apparaître des « *topologies nouvelles : celles de systèmes très largement répartis dans le temps et dans l'espace, mais très intégrés sur le plan temporel* » (Veltz, 1993, p. 73). Les distances temps se sont largement réduites en moyenne, mais de manière hétérogène dans l'espace. Elles y introduisent donc encore plus d'anisotropie qu'auparavant (Ollivro, 1997). La distance physique (ou la distance-temps) accroît l'incertitude et donc freine les échanges selon une logique gravitaire. Cela conduit à deux types de concentration.

— D'une part, une concentration spatiale dans les centres les plus accessibles et dans les réseaux spatiaux majeurs.

— D'autre part, la concentration du « noyau central » de l'activité à l'intérieur de la même entreprise, même si ce noyau a tendance à se réduire aux fonctions les plus innovantes, décisionnelles et qualifiées. Ces deux types de concentration opérant simultanément tendent à hiérarchiser davantage la division spatiale du travail, accentuant l'interdépendance spatiale et favorisant les nœuds majeurs.

### 1.2.3. Groupes d'entreprises en réseaux et interdépendance des territoires : les trois dimensions de l'approche

L'internalisation de l'organisation dans une même entreprise permet de diminuer les risques et les coûts de transaction entre des unités fonctionnant selon des règles communes (puisqu'elles sont dictées par l'entreprise). Ces mêmes unités s'intègrent dans des réseaux locaux de proximité où les contrats externes seraient plus hétérogènes, avec des organisations ayant des règles de fonctionnement souvent différentes mais aussi plus risquées (mais c'est en même temps cette hétérogénéité qui crée une nouvelle richesse pour le groupe). Ainsi, la dynamique des groupes d'entreprises en réseaux se crée dans la tension entre une organisation interne, relativement stable, et des relations plus incertaines avec les systèmes territoriaux. On peut suggérer schématiquement que les réseaux internes des groupes tissent dans l'espace des réseaux de longue portée relativement robustes et homogènes, entre des réseaux locaux de proximité plus hétérogènes et opportunistes (fig. 1.2).

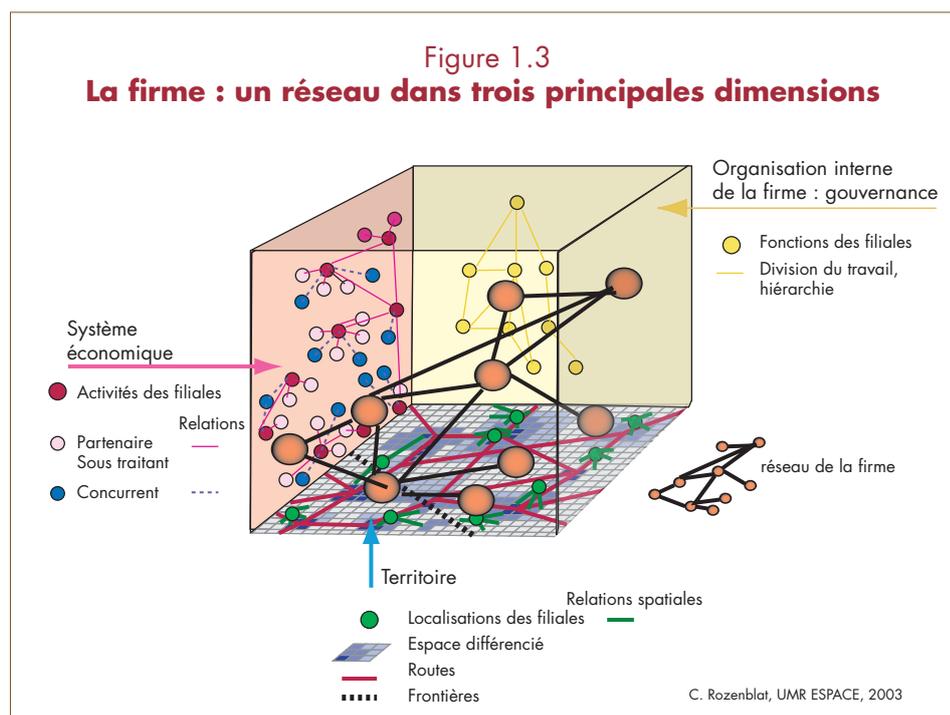


Les réseaux internes des firmes (ou groupes) s'étendent dans des espaces nationaux ou internationaux. À l'intérieur d'un espace national, ils sont composés des multiples établissements d'une même entreprise voire de plusieurs entreprises. Dans un espace national ou international, ils constituent des groupes composés de filiales. Ces réseaux internes qui constituent les « noyaux des entreprises » ont, *a priori*, plus de stabilité et de pérennité que les réseaux externes d'entreprises, composés de relations de sous-traitance ou de partenariat. Le « nomadisme » de ces points d'ancrage serait bien moindre qu'on ne le prétend puisque les territoires constituent des ressources « spécifiques » (Colletis, Pecqueur, 1996). Les territoires créent des externalités (économies de localisations, transferts de technologies notamment) qui permettent à chaque établissement ou entreprise du groupe de développer son tissu relationnel à la fois interne et externe au groupe (Zimmermann, 1998 ; Veltz, 1998).

La firme en réseau, mettant en place, une approche transversale des gestions territoriales, elle les articule et désarticule de manière complexe, en poursuivant des objectifs qui sont tellement multi-territoriaux, qu'ils en deviendraient presque « *a-spatiaux* » (Aydalot, 1986),

développant des stratégies de « *déterritorialisation* » (Andreff, 2001) ou d'« *exterritorialisation* » (Bertrand, 1993). Cette surenchère terminologique montre le désarroi dans lequel se trouvent les observateurs. D'un côté, les économies nationales perdraient une partie de leur sens dans la vision globale actuelle (bien que la question de la pertinence du niveau national soit largement controversée (Ohmae, 1990 ; Reich, 1991 ; Hill et Kim ; 2000, Scott, 2001 ; Rennstich, 2002)). D'un autre côté, l'économie seule ne suffit pas à comprendre les processus de différenciation spatiale du développement économique. Les stratégies des grandes entreprises multinationales et l'évaluation des territoires en termes économiques, sociaux, politiques, doivent être intégrées dans une même approche, mais pas sur le même plan, pour comprendre les transformations de leurs organisations spatiales respectives. Les stratégies d'organisation géographique des entreprises en général, et des multinationales en particulier, déterminent leurs choix de localisations, à la fois en fonction des environnements territoriaux et de leurs dynamiques, mais aussi en fonction de leurs propres stratégies de transformations internes.

Afin de construire une telle approche, nous proposons d'aborder la relation entre la firme et le territoire par les relations triangulaires formant système entre trois dimensions interdépendantes que sont la *gouvernance* de la firme, le *système économique* dans lequel la firme s'insère et les *territoires* qui la produisent (fig. 1.3) (Dicken et Malmberg, 2001).



1. La dimension de la gouvernance de la firme comprend l'ensemble des stratégies et objectifs des entreprises qui la composent, les moyens humains et matériels qu'elle met en œuvre, son architecture organisationnelle, la « culture d'entreprise » qu'elle produit, ses consommations et ses productions. Elle est pluri-territoriale et son organisation réticulaire tente de créer un équilibre entre, d'un côté, des économies de dimension et un ajustement aux territoires, et d'un autre côté entre la coordination des unités et leur autonomie (Francfort *et al.*, 1995 ; Veltz, 1998).

2. Le système économique est l'environnement sectoriel de la firme. Cet environnement est formé des concurrences plus ou moins dominantes et monopolistiques, des avancées technologiques

et cycles des produits, des déséquilibres entre l'offre et la demande (marchés, prix), des fluctuations de la valeur des produits. Le rapport entre la firme et le système économique évolue à la fois parce que les activités et les acteurs économiques se transforment, mais aussi parce que la firme change de configuration en externalisant les fonctions devenues moins stratégiques, et en renforçant celles qui sont au cœur de son contrôle de la valeur des produits (Veltz, 1998 ; Bouinot, 2000, 2002, 2003, 2004).

3. Le territoire, dans ce contexte, peut être défini comme l'ensemble des dynamiques sociales localisées qui interagissent avec les dynamiques entrepreneuriales (Storper, 1995). Mais le territoire, vu à l'échelle inter-territoriale, est aussi composé des dynamiques des localisations, des différenciations et interactions spatiales formant l'organisation des systèmes urbains (Pumain, 1997 ; Rozenblat, 2003). Cette organisation spatiale interagit également avec les dynamiques des entreprises, notamment celles qui fonctionnent en réseau.

Les interactions multiples entre ces trois dimensions forment l'identité mouvante de l'entreprise en réseau, ainsi articulée simultanément par son fonctionnement interne, ses secteurs d'activités et son réseau d'implantations intégré dans l'espace géographique. Il est difficile d'isoler une seule de ces dimensions sans prendre en compte l'influence des autres. En effet, de nombreuses boucles de rétroaction les relient. Par exemple, l'étendue du marché dépend de la localisation des firmes (qui fixent une population active) qui, en retour, sont attirées par l'étendue du marché (Krugmann, 1991, 1993).

Les stratégies de développement des grandes entreprises se déploient, bien souvent, en intégrant au moins deux de ces dimensions. C'est le cas des six grandes tendances qui guident, selon Pierre Veltz (1998), les stratégies d'organisations des grandes entreprises en réseau.

— Le premier enjeu que Veltz définit comme « *crucial* » est « *d'atteindre un niveau de rationalisation élevé de la production [logique industrielle] [...] tout en gardant suffisamment de souplesse pour s'ajuster au mieux aux conditions locales* » [dimension territoriale]. Ainsi, le réseau de l'entreprise, au-delà de son homogénéité et de ses normes, s'adapte aux conditions locales de production et de consommation.

— Il en est de même pour la recherche d'un équilibre entre la transversalité (en vue d'obtenir une « *réactivité qui dépend de la coopération au sein des chaînes logistiques* ») et la modularité des organisations. Autrement dit, l'équilibrage entre spécialisation (interdépendance) et diversification (autonomie) des unités tient compte à la fois des qualités territoriales, de la concurrence sectorielle et de la gouvernance de la firme.

— La « *prédominance croissante de la structuration par l'aval* » conduit les entreprises à davantage intégrer l'hétérogénéité des marchés, des applications et des territoires qui les accueillent.

— Le *contrôle de la chaîne de valeur*, qui consiste à ne conserver au sein de l'entreprise que les activités productrices de valeur, est un processus évolutif tenant compte des évolutions technologiques, de la valeur des produits sur les marchés, des différentiels de coût du travail et de transaction.

— Le régime d'*innovation partenarial* tend à recontextualiser les innovations tant au niveau territorial qu'économique afin de pénétrer les marchés plus aisément.

— Tout ceci aboutit, selon Veltz, à l'émergence d'un « *modèle cellulaire en réseau* »

composé « d'unités multi-fonctionnelles et multi-métiers dotées d'une autonomie opérationnelle relative, sur fond de procédures souvent de plus en plus standardisées ».

### 1.2.4. Groupes d'entreprises en réseau et territoires multi-scalaires

Ce système se complexifie d'autant plus que chacune de ces dimensions se décompose elle-même en de multiples niveaux scalaires. Ces trois dimensions et leurs interactions sont « intégrées » (« *embedded* », Granovetter, 1985) dans des macro-systèmes de gouvernance prenant forme à différentes échelles, à la fois au-dessus et au-dessous de l'échelle nationale.

À l'échelle mondiale, Pierre Veltz (2000, p. 91-92) définit trois dimensions similaires qui seraient à l'origine de la transformation du « *nouveau monde industriel* » :

- 1— « *la mutation des techniques, des régimes de production et de déploiement des savoirs industriels* » [les entreprises, leur travail et leur organisation] ;
- 2- « *la mondialisation, la montée d'une concurrence globalisée qui modifie profondément les critères de compétitivité* » [l'organisation spatiale des territoires] ;
- 3- « *l'émergence de nouveaux acteurs financiers qui accentuent la pression du court terme sur la production* » [l'économie].

À l'échelle locale, Dupuy et Gilly montrent que « *le mode d'enracinement territorial d'un groupe constitue fondamentalement un processus dynamique qui naît de la tension organisationnelle entre trois modes d'organisation (le groupe, le territoire, l'industrie) dont les finalités implicites et/ou explicites sont a priori différentes* » (1995, p. 142). Il s'agit donc à ce niveau local des trois mêmes dimensions. Puis ils ajoutent : « *nous avançons alors l'hypothèse que c'est le territoire qui peut permettre la résolution de cette tension à travers des processus d'apprentissage institutionnel (organisés ou informels) participant à homogénéiser les représentations et les comportements collectifs des acteurs économiques grâce à la proximité géographique* » (p. 142).

Ainsi, tant à l'échelle mondiale que locale, ces trois dimensions sont largement interdépendantes. En effet, selon Pierre Veltz (2000) : « *il est vain de vouloir isoler et hiérarchiser les forces multiples qui sont à l'origine de cette déstabilisation. Ces trois dynamiques principales, étroitement entremêlées, se croisent* » (p. 91). D'un point de vue scalaire, le système mondial et le système local d'entreprises entrent en interaction dans chaque territoire dans un jeu de renforcement mutuel ou de concurrence.

Entre le local et le mondial se cristallisent d'autres niveaux d'agrégation et d'organisation dans chacun des trois plans décrits. Ces niveaux ne sont d'ailleurs pas forcément en adéquation d'une dimension à l'autre. Toutefois, les intérêts croissants entre les réseaux de pouvoirs économiques, sociaux, politiques et informationnels tendent à les coordonner dans des réseaux transversaux de rapports d'intérêts réciproques. Ceux-ci prennent forme aux niveaux les plus enclins à faire jouer des pressions entre les pouvoirs économiques, financiers, juridiques et institutionnels. Dans ce contexte, la firme multinationale ne se développe pas dans des territoires homogènes et également ouverts, mais relie de manière transversale un système

de territoires (emboîtés ou non) qui produisent chacun leurs règles et leurs régulations. À côté des règles formelles, des relations plus ou moins explicites entre les pouvoirs politiques et économiques élaborent des alliances stratégiques de développement.

#### 1.2.4.a. Entreprises multinationales et États

De telles alliances prennent forme notamment entre les entreprises multinationales et les États. Par exemple, Allen Scott, nous conte la visite du Premier Ministre malais, le Dr. Mahathir Mohamad, en 1997 en Californie pour constituer, avec les cercles d'affaires nord-américains de haute technologie et de médias, un projet gigantesque de « *Multimedia Super Corridor* » dans la région de Kuala Lumpur (Scott, 2001). La manière dont les deux sphères, politique et économique, s'allient dans des stratégies de développement mènent Cerny (1995) à considérer le pouvoir des entreprises multinationales comme « *plus souverain que celui de l'État* ». Nombreuses sont les études qui comparent les profits ou ventes des entreprises multinationales aux PIB des pays (Spero, Hart, 1997 ; Cusimano *et al.*, 2000 ; Anderson, Cavanagh, 2000). Par exemple, le chiffre d'affaires consolidé de General Motors excéderait le PIB de pays économiquement avancés comme la Norvège (Cusimano *et al.*, 2000). Cela amène certaines de ces études à parler abusivement d'un pouvoir économique des entreprises multinationales grandissant qui se transformerait en pouvoir politique sur les États (Cusimano *et al.*, 2000 ; Anderson, Cavanagh, 2000). La comparabilité de ces mesures est toutefois largement critiquable, comme le suggère Joachim Rennstich (2002). Celui-ci démontre qu'en utilisant les ventes comme mesure du poids des corporations multinationales on surestime leur taille par rapport à celle des pays. En effet, les entreprises s'inscrivent dans une chaîne de valeurs où leurs ventes ne correspondent pas à la richesse produite. C'est leur valeur ajoutée plutôt que les ventes qu'il faut utiliser pour une comparaison rigoureuse. Dans ce cas, on trouve des tailles d'entreprises bien plus modestes par rapport aux PIB des pays : désormais seulement deux groupes se placent parmi les cinquante plus fortes valeurs ajoutées mondiales (Wal-Mart se place au 44<sup>e</sup> rang entre le Chili et le Pakistan tandis qu'Exxon est au 48<sup>e</sup> rang entre l'Algérie et la République Tchèque (De Grauwe et Camerman, 2002, d'après les données de *Fortune 500* et du *World Bank Development Report*). Rennstich note que l'économie des États-Unis demeure 200 fois plus forte que la plus forte corporation (Wal-Mart) et que les 50 premières corporations du Monde ne représentent que 4,5 % des PIB cumulés des 50 plus grands pays (Rennstich, 2002, p. 10).

Rennstich rappelle également, en s'appuyant sur Gilpin (2001), que les entreprises multinationales ne pourraient pas exister sans le climat politique favorable que les États maintiennent collectivement à travers les différentes institutions qui les réunissent (G8, OMC, OTAN, etc.). La nationalité resterait encore aujourd'hui un facteur essentiel pour conditionner les types de fonctionnement des entreprises multinationales (Hansen, Mitchell, 2001 ; Rodmann, 2001 ; Dunning, 2002). La performance des firmes serait, en effet, très sensible aux conditions locales et initiales, avec, de surcroît, une activité qui demeurerait très centrée sur le pays d'origine (Dunning, 2002 ; Cnuced, 2002). La firme « *sans domicile* » serait donc un mythe (Rugman, 2001 ; Rennstich, 2002).

Ainsi, même si l'échelle étatique ne semble plus la seule échelle pertinente, elle demeure, dans une mesure qu'il reste à évaluer, un niveau décisif d'organisation et de régulation (Scott, 2001). Les échanges commerciaux interrégionaux diminueraient encore d'au moins 40 fois au passage d'une frontière européenne (Head, Mayer, 2000). Il est toutefois difficile de trouver actuellement une mesure équivalente pour les échanges d'investissements étrangers. Toutefois, les deux phénomènes, d'échanges d'investissements et de commerce, sont très liés, comme nous le montrerons plus loin.

#### 1.2.4.b Entreprises multinationales et zones de libre-échange

Si à l'intérieur de l'Europe, et sur la plupart des continents, il reste des barrières nationales de fait, elles semblent en voie d'affaiblissement au profit de barrières entre zones de libre-échange. Par exemple, l'ouverture mondiale du commerce semble s'atténuer au cours de la période 1990-2001 au profit du commerce à l'intérieur de zones continentales qui s'est renforcé pour la majorité des pays (Rozenblat, 2004). Les accords favorisant le commerce et les investissements à l'intérieur d'espaces économiques se sont multipliés : l'Union européenne, la zone Euro ou l'AELE (Association européenne de libre-échange) en Europe, l'ALENA (Accord nord américain de libre-échange), l'ALADI (Association latino-américaine d'intégration), le FTAA (Zone de libre-échange d'Amérique) ou le Mercosur (Marché commun sud américain) en Amérique, mais aussi en Afrique (9 zones d'accords) ou en Asie (6 zones d'accords). Des accords inter-zones forment un niveau supplémentaire comme l'Union européenne avec le Mercosur ou l'ANASE (Asie du Sud-Est). Ces zones deviennent un échelon incontournable dans les stratégies d'investissements, en réduisant la distance économique entre les pays.

#### 1.2.4.c. L'échelon régional

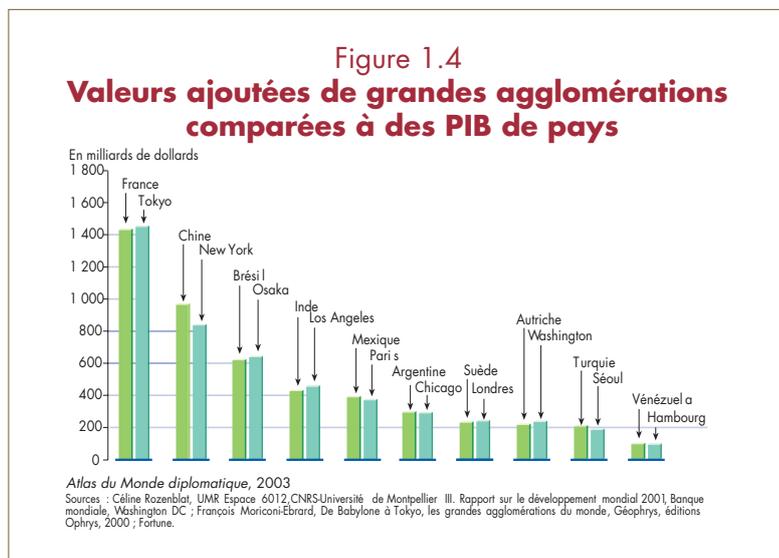
L'échelle régionale (intra-nationale) apparaît également depuis une vingtaine d'années comme un niveau majeur d'organisation. Une place politique et économique est en train de lui être allouée, notamment en Europe, par les multiples décentralisations de pouvoirs et de financements. Ces décentralisations ne se font pas sans heurts et problèmes au sein et entre les différentes institutions, où se posent de nombreuses questions de subsidiarité de pouvoir. De plus, un renforcement trop fort des pouvoirs régionaux risquerait à moyen terme de provoquer des replis locaux, empêchant toute action inter-régionale.

Cette échelle inter-régionale est encore moins bien définie que l'échelle régionale. Elle apparaît à travers les aides de l'Union européenne destinées à soutenir des actions entre régions voisines ou proches sur le plan socio-économique (INTERREG III, cf. European Communities, *Rapport sur la cohésion économique et sociale*, 2001). Beaucoup de logiques entrepreneuriales d'accès à des marchés, ou des logiques de planification d'aménagement des voies de communication et de télécommunication à vitesse rapide, débordent les frontières régionales, voire nationales.

### 1.2.4.d. Villes et États

Les villes deviennent, à travers leurs représentants, de véritables acteurs de la vie économique, à des titres parfois équivalents à ceux des États. Elles concentrent une grande part des productions de richesses et comptent de plus en plus dans les croissances économiques nationales. Selon l'ONU, elles créeraient 85% des PIB des pays les plus développés en 1995 (*World Development report*, 2000). Ceci montre non seulement leur puissance économique, mais aussi les inégalités internes aux pays entre d'une part les villes (notamment les plus grandes et les capitales) et d'autre part le reste des territoires nationaux.

La puissance économique des villes les place comme des interlocuteurs privilégiés auprès des entreprises. En 2000, les États des États-Unis avaient plus de bureaux commerciaux à Tokyo qu'à Washington (*World Development report*, 2000). Ce même rapport conte l'exemple d'officiels de l'État de Gujarat en Inde, étant venus au Forum économique mondial pour convaincre le P.-D.G. de General Motors de s'installer dans leur ville. La puissance économique des villes attribue à leurs représentants un pouvoir de négociation pour attirer des activités économiques. Malgré la difficulté de mesurer cette puissance en calculant des PIB à l'échelon urbain, des évaluations ont été proposées (Prudhomme, 1996 ; Moriconi-Ebrard, 2001). Ainsi les valeurs ajoutées de Tokyo équivaldraient au PIB de la France, et celles de New York à celui du Brésil ou de la Chine (fig. 1.4).



Avec de telles performances et de telles concentrations de production, il n'est pas étonnant que les villes tendent à se doter depuis une vingtaine d'années d'institutions autonomes de gouvernance par rapport à celles des États. Des réseaux politiques de villes (ou clubs) voient le jour pour leur permettre d'échanger des informations et des savoir-faire. Les villes, au cœur des processus de polarisation et de mise en réseau, semblent plus adaptées à circonscrire et réguler les processus réticulaires en cours (ONU, 2000).

### 1.2.4.e. Les « milieux » urbains et les entreprises multinationales

L'approche inter-urbaine permet d'intégrer ces multiples niveaux nationaux, régionaux et inter-régionaux à la fois pour les entreprises et pour les territoires. En effet, si l'approche des systèmes locaux favorise l'hypothèse de la croissance endogène des lieux, elle intègre aussi chaque ville dans les systèmes « globaux » formés par l'organisation interne des groupes et leurs positionnements sectoriels. Dupuy et Gilly précisent en effet que l'« on retrouve pour chaque unité du groupe la problématique de la territorialisation de la firme mais ce qui est nouveau, c'est que l'autonomie d'action de cette unité au sein de son territoire d'implantation est toujours relative puisqu'elle est dépendante du pouvoir économique qui s'exerce au niveau de la société-mère ». (1993, p. 137). Ainsi, l'approche du milieu, proposée par Dupuy et Gilly, peut être appliquée à des territoires plus larges que les territoires locaux, en englobant l'ensemble des territoires où sont implantées les firmes. Une démarche basée sur les systèmes urbains intègre en grande partie les réseaux d'entreprises et permet de conserver dans l'analyse leur complexité inter-territoriale.

La démarche inter-urbaine, en plus de considérer les échelles supérieures, se positionne en complément des approches qui décrivent les processus de développement local par les réseaux d'entreprises. L'approche inter-urbaine et l'approche par les milieux ne sont pas opposées, car elles décrivent les mêmes objets et processus sous des angles différents. Il est toutefois difficile de vouloir intégrer les deux dans une même étude, à moins de le faire pour un lieu spécifique dans une approche monographique où l'articulation entre les échelles trouve tout son intérêt et sa richesse (Hsing, 2000). Ce qui différencie ces deux démarches, ce n'est pas seulement l'échelle géographique, mais c'est aussi et surtout les types de réseaux étudiés et les niveaux des stratégies qui sous-tendent leur fonctionnement et leurs dynamiques.

Les réseaux internes, qui forment les grandes firmes multinationales, répondent en partie aux questions de l'ouverture des villes, de leur milieu mis en relation avec l'organisation inter-territoriale de la production. Un système multi-territorial de milieux fait donc l'interface entre le système des villes et le développement des firmes multi-sites. L'espace d'étude devient alors un territoire composé de multiples lieux en réseaux : un *territoire réticulaire* où s'organisent des pouvoirs divers. Les synergies se forment à la fois à l'intérieur des lieux, par des liens locaux et des économies d'agglomération (Camagni, 1996), et entre les lieux par des économies de réseaux et les complémentarités fonctionnelles et sectorielles entre les territoires<sup>1</sup>. Ainsi, bien plus que de considérer chaque ville comme un milieu (Camagni, 2002, p.569-570), nous proposons de considérer, pour une part, le système urbain comme un *système de milieux* particulièrement propice à développer simultanément des réseaux internes à chaque ville et externes sur de longues distances.

L'analyse de l'intégration des villes, dans l'organisation spatiale des entreprises multinationales que nous proposons, permet de donner une certaine mesure des capacités des villes à développer les unités multiples des entreprises. Ces villes sont insérées dans des régions, pays, régions continentales qui accentuent ou atténuent leur insertion dans ces réseaux. Ainsi, par l'étude des réseaux d'entreprises dans les systèmes de villes, on parcourt tous les niveaux d'échelles

1. Voir le chapitre 3 où nous développerons ces notions.

susceptibles d'être des nœuds scalaires prépondérants d'organisation. Cette organisation reflète non seulement les stratégies des entreprises en réseau face à l'espace, à l'environnement économique, mais aussi les transformations mêmes de ces entreprises, de leur fonctionnement et de leurs objectifs. D'un autre côté, les villes déploient à travers les entreprises multinationales, leur rayonnement sur une aire (ou un réseau) d'influence dont l'envergure s'étend hors de leur région, de leur pays ou de leur continent. Cette intégration valorise des ressources de chaque ville dans les réseaux d'entreprises, sur des durées plus ou moins longues.

Ainsi, l'interaction entre le réseau de villes et l'organisation spatiale des entreprises multinationales devient non seulement primordiale pour le destin des villes, mais aussi pour l'ensemble des territoires qui sont, de près ou de loin, liés aux villes ou aux entreprises multinationales. L'approche par les villes réunit tous les niveaux d'agrégation territoriale qui sont susceptibles de participer à la formation de l'intégration spatiale européenne.

Avant d'aborder, de façon empirique, cette interaction multiscalair entre le système de villes et les réseaux d'entreprises en Europe, il semble indispensable de rappeler brièvement l'ampleur des mutations économiques mondiales qui représentent une dimension majeure du sens et de la vitesse de l'évolution de cette interaction. Ces mutations sont le plus souvent encore mesurées et étudiées au niveau des pays, non seulement pour une question de commodité de recensement de l'information, mais aussi parce que les organismes régulateurs légifèrent toujours au niveau inter-étatique. Ainsi la géographie de la mondialisation et l'économie internationale ont développé, essentiellement à ce niveau transnational, des approches dont on rappellera les principaux apports sur le plan méthodologique et sur celui des résultats.

### **1.3. Les entreprises multinationales dans un environnement d'économie mondiale et « globale »**

En 1995, l'ONU comptabilisait environ 44 000 firmes multinationales avec près de 300 000 filiales étrangères. En 2002, elle en dénombre 65 000 possédant 850 000 filiales étrangères (Cnuced, 2003). Par leur activité, ces firmes multinationales sont porteuses d'une grande part des échanges entre les pays. À la fin des années 1970, le centre sur les sociétés transnationales des Nations unies évaluait de 30 à 40% la part des flux internes aux multinationales ou contrôlés par elles dans le commerce international (Michalet, 1999, p. 29). Aujourd'hui, les deux tiers du commerce mondial seraient sous le contrôle des 200 premières multinationales (un tiers d'échanges internes entre les unités des groupes et un tiers entre ces groupes et leurs fournisseurs ou diffuseurs externes) (Cnuced, 2002). Si cette proportion est bien évaluée pour les seules 200 premières multinationales, elle doit en représenter encore bien davantage si l'on prend en compte l'ensemble des 65 000 multinationales répertoriées.

Quant aux mouvements de capitaux que les entreprises multinationales effectuent, ils sont mesurés au niveau des pays par les Investissements directs étrangers (IDE) qui sont aussi nommés investissements croisés. Les IDE de chaque entreprise sont comptabilisés à chaque

passage de frontière du pays de localisation de son siège principal. Ainsi, malgré des phases de ralentissement, les IDE ont également pris un poids croissant dans l'économie mondiale, avec des branches d'activités pionnières, plus internationalisées que les autres, comme la construction, les médias, ou l'agro-alimentaire. Aujourd'hui, le stock total d'IDE émis par les entreprises multinationales représente environ 20% du PIB mondial, alors qu'il n'en représentait que 10% en 1995 et 5% en 1980 (Cnuced, 2003).

### 1.3.1. Définitions et mesures des entreprises multinationales

La mesure des activités et des flux engendrés par les entreprises multinationales pose toutefois des problèmes de définition. La première définition, que l'ONU a proposée en 1973, présentait la firme multinationale comme « *une entreprise qui contrôle des biens, des usines, des mines ou des établissements de vente dans deux pays ou plus* » (ONU, 1974). Elle a complété cette définition dix ans plus tard en la précisant : « *c'est une entreprise (a) comprenant des entités dans deux pays ou plus quelles que soient les formes légales et les champs d'activités de ces entités, (b) qui opère dans la logique d'un système de décisions permettant des politiques cohérentes et une stratégie commune, dirigé par un ou plusieurs centres de décision, (c) dans laquelle les entités sont tellement liées, par des liens d'appartenance ou autres, qu'une ou plus d'entre elles peut exercer une influence significative sur l'activité des autres, en particulier par le partage de connaissances, de ressources et de responsabilités* » (ONU, 1984). Cette nouvelle définition reflète une prise en compte de l'intégration managériale dépassant la simple conception d'appartenance financière. Cela ouvre le champ des interdépendances entre les entités de l'entreprise bien au-delà de la simple conception « néoclassique » de l'entreprise, tendant vers sa conception « évolutionniste » qui intègre la combinaison des savoir-faire de chaque entité<sup>2</sup>.

Le degré d'internationalisation des entreprises est le plus généralement abordé à travers quatre types d'indicateurs : la part d'intégration des filiales étrangères, l'importance de l'activité des filiales étrangères, le niveau d'internationalisation des stratégies des entreprises et le déploiement géographique de leur activité mondiale.

#### 1.3.1.a. La part d'intégration des filiales étrangères

Le Fonds monétaire international (FMI) définit les IDE comme un type d'investissement qui implique une relation à long terme, reflétant l'intérêt durable d'une entité résidente d'un pays d'origine pour une entité localisée dans un autre pays. Si, en 1973, l'ONU avait fixé à 25% le seuil de prise en compte des filiations, celui-ci est aujourd'hui établi à 10%. La plupart des pays se sont alignés sur cette définition, comme la France qui, avant 1993, ne prenait en compte les IDE, dans la balance des paiements, qu'à partir de 20% du capital détenu (Banque de France, 1994). La part de 10% de capital détenu semble la limite en dessous de laquelle il risque de ne plus y avoir de pouvoir de décision ni de

2. Voir plus haut (1.1) p. 17-18.

transfert technologique (Muchielli, 1998). On continue, pour cette raison, à différencier les participations minoritaires, qualifiées d'« associées » par la CnuCED (10% à 50%), des participations majoritaires, qualifiées de « filiales » (plus de 50%). On peut effectivement considérer que les participations majoritaires font partie intrinsèque de l'entreprise et sont intégrées activement à sa stratégie de production, distribution et recherche tandis que les participations minoritaires accompagnent cette stratégie de façon plus périphérique et parfois uniquement financière. Toutefois, il est vrai que des types d'établissements plus temporaires comme des antennes de représentation, des alliances ou des *joint-ventures* (qualifiées de « succursales » par la CnuCED) peuvent constituer la base des projets de développement ou de réorientation d'une firme même si elle n'en détient que des parts minoritaires. Les entreprises « associées » ou les « succursales » étrangères sont alors considérées dans une stratégie prospective de la firme multinationale, plus fragile et temporaire que les réelles « filiales » (détention à plus de 50%) qui constituent en général des investissements à plus long terme. La permanence relative de ce type d'investissement est une force importante d'intégration de l'espace dans les réseaux. À l'opposé, des investissements impliquant moins de responsabilité et d'intégration dans la firme participent à une logique pionnière. Cette logique pionnière est très importante dans la projection future des entreprises multinationales. Elle se distingue toutefois de l'activité propre, elle-même plus intégrée au cœur du développement passé et présent de la firme. L'idéal serait de pouvoir inventorier ces deux logiques tout en les distinguant. Toutefois, nous verrons dans les sources (2.1) comme il est difficile de connaître pour chaque entreprise ses filiales à l'étranger, *a fortiori* ses participations minoritaires.

### 1.3.1.b L'importance de l'activité étrangère des firmes multinationales

Un second aspect de l'internationalisation des entreprises est visible à travers la part de l'activité des filiales étrangères dans l'activité totale des firmes. Aujourd'hui encore, la moitié des ventes des cent premières multinationales s'effectuent sur leurs bases nationales, et 60% des effectifs salariés de toutes les entreprises multinationales sont localisés dans leur pays d'origine (CnuCED, 2002). Les firmes les plus grandes (par leur chiffre d'affaires ou leurs effectifs) ne sont pas forcément les plus internationalisées. Le degré d'internationalisation des entreprises dépend essentiellement de deux facteurs :

- la taille de leur marché national : plus il est étroit, plus elles se sont internationalisées tôt et ont un fort degré d'internationalisation (Scott, 2001) ;
- leur branche d'activité : dans la période des trente glorieuses, plus les produits se banalisaient, plus l'internationalisation pouvait s'opérer (Vernon, 1966). On se situait alors dans le schéma de la Division internationale du Travail (DIT), où les pays du Nord exportaient des produits manufacturés et les pays du Sud des produits bruts. Le processus d'internationalisation de la production est de plus en plus rapide, et se couple de nouveaux modes de production organisés dès leur phase initiale à l'échelle mondiale, dans une *division internationale des chaînes de valeur ajoutée* (Bouinot, 2000).

### 1.3.1.c. Les stratégies des entreprises : entre mondialisation et globalisation

Si aujourd'hui, la minimisation des risques est un des moteurs de l'internationalisation des entreprises (Dunning, 1992 ; Veltz, 1998 ; Michalet, 1999), c'est une règle qui s'est aussi maintenue au cours du temps. Elle est apparue durant la phase d'« économie multi-nationale » qui, selon Michalet (1999), a été, entre 1970 et 1980, une phase intermédiaire entre l'« économie inter-nationale » et l'« économie globale », à objectifs plus strictement financiers (Amin, Thrift, 1992). La première phase d'économie inter-nationale était basée essentiellement sur le commerce international entre des oligopoles nationaux (Hirst, Thompson, 1996 ; Veltz, 1998). Pendant la phase suivante d'économie multi-nationale, l'objectif des investissements à l'étranger était plus de conquérir ou de s'affirmer sur des marchés extérieurs que de diminuer les coûts de production. Ainsi, les investissements croisés (qui n'étaient pas vraiment réglementés) pouvaient se substituer à des flux commerciaux extrêmement limités par les droits de douane et les barrières non tarifaires même atténués par les accords du GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade* ou Accord général sur les tarifs douaniers). Ce serait encore le cas aujourd'hui pour une grande majorité de firmes américaines, européennes ou japonaises, selon une enquête de la FIAS (Michalet, 1997). Cette stratégie de marché comportant des filiales-relais chargées d'une production intégralement destinée au marché local (au sens large qui peut aller jusqu'au continent) est nommée « horizontale » par Michalet (1999) ou « multi-domestique » par Porter (1986). Depuis les années 1980, elle est de plus en plus couplée avec une stratégie de minimisation des coûts, « verticale » selon Michalet (1999), ou « globale » selon Porter (1986), où des filiales ateliers ont une production spécialisée et destinée à un montage final près des grands marchés de consommation (Markusen, 1995 ; Scott, 2001). Cette stratégie favorise les exportations entre les filiales par circuits internalisés. Le déterminant de l'investissement n'est plus le marché local comme dans la logique de l'économie multi-nationale puisque « les espaces de production, de consommation et de financement sont progressivement dissociés » (Veltz, 1998, p. 5). L'investissement direct vise la production à l'exportation, destinée directement ou indirectement au marché mondial. Toutefois les firmes fonctionnant absolument de manière « globale » et pensant totalement la complémentarité entre leurs implantations sont très rares (Rugman, 2001). Selon Michalet (1999), il y aurait la plupart du temps une synergie entre les deux stratégies horizontale (marché local) et verticale (marché mondial), souvent mises en place au niveau des grandes régions continentales. Ainsi, la gestion serait moins complexe et le choix de localisation plus aisé. Cette tendance est confirmée par l'étude de Pierre Veltz sur 19 firmes mondiales (1998). Toutefois, il constate à travers leur organigramme que trois seulement des 19 firmes étudiées ont une structure juridique « matricielle globale », c'est-à-dire exprimant à la fois un découpage géographique et par produit (11 ont une « structure divisionnelle par produit » et 5 une « structure divisionnelle géographique »).

L'adjectif « global » est aujourd'hui associé à la plupart des entreprises multinationales. Il faut toutefois rester prudent sur ce qualificatif puisque la « globalisation » des entreprises prend deux sens stratégiques distincts (Veltz, 1998) :

- d'une part, la volonté d'être présent sur les marchés mondiaux les plus importants (dans ce cas, nous sommes en accord avec Pierre Veltz pour souligner qu'il est plus juste de parler de « mondialisation ») ;

— d'autre part, la gestion « *synergétique* » de l'ensemble des activités du groupe. On peut, comme le propose Pierre Veltz, utiliser le terme de « *globalisation* » pour qualifier ce type de gestion à n'importe quelle échelle, du national au mondial, en passant par les gestions continentales, ce qui rejoint les réflexions de Michalet évoquées plus haut.

Dans les stratégies de globalisation, la spécialisation des unités est fonction des avantages comparatifs de localisation offerts par les différents territoires. La « *glocalisation* » selon l'expression de M. Morita, ancien président de Sony, consiste précisément à combiner les avantages comparatifs des pays et la compétitivité globale de l'entreprise par rapport au marché mondial (Michalet, 1999). La puissance des firmes transnationales devrait, si c'était possible, être mesurée par leur capacité à maîtriser et à gérer l'espace mondial à leur profit.

### 1.3.1.d. Le déploiement mondial des entreprises

Dès 1995, la Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement (Cnuced) a proposé un indice de transnationalité reflétant l'internationalisation des 100 premiers groupes mondiaux. Cet indicateur synthétique est la moyenne de trois éléments : la part des actifs en dehors du pays d'origine, celle des emplois, et celle du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger. Les groupes les plus mondialisés, selon cet indicateur, étaient en 1998 Seagram (USA), Thomson Corporation (Canada), Nestlé (Suisse), Electrolux (Suède) et British American Tobacco (GB) (Cnuced, 2000). Cette proposition de la Cnuced suit l'exemple de mesures développées antérieurement dans la littérature (Stopford, Dunning, 1983 ; Daniels, Bracker, 1989). Toutefois, toutes ces mesures ont une prise en compte « dichotomique » du monde, opposant simplement le « domestique » à l'étranger.

La Cnuced est sortie de cette dichotomie en 1997 en rapportant le nombre total de pays dans lesquels le groupe est présent au nombre total de pays dans lesquels il pourrait potentiellement se développer (fixé à 178). Ietto-Gillies (1998) commente ce nouvel indice, montrant qu'il pourrait en exister plusieurs de ce type qui mesureraient de manière complémentaire la couverture mondiale de l'internationalisation des entreprises. C'est dans cette lignée que Benaroya et Bourcieu (2003) ont proposé d'autres visions de la mondialisation des entreprises. Au-delà des critères classiques calculés à partir des comptabilités nationales, ils ont élaboré plusieurs indices reflétant des aspects différents de la mondialisation de chaque firme. Ces mesures sont effectuées à partir de l'exploitation d'une base de données gigantesque comprenant 750 sièges mondiaux et l'effectif employé de leurs 83 000 filiales<sup>3</sup>. Cinq principales mesures sont développées et interprétées.

1. La part d'effectif à l'étranger favorise les firmes dont l'activité est très internationalisée. Les groupes nord-américains sont alors moins bien placés qu'ils ne le sont dans le classement par la puissance de leur chiffre d'affaires. Ce sont deux groupes suisses (Nestlé et ABB) qui se placent en première position, en partie grâce à l'étroitesse de leur marché domestique.

3. Voir 2.1 pour la présentation et la critique de cette base de données p. 51

2. Le nombre de pays d'implantations montre la présence plus ou moins bien dispersée de chaque entreprise. Cet indicateur place au premier plan les groupes pétroliers (Royal Dutch Shell en premier, et Total-Fina-Elf) et les producteurs de biens de consommation (Johnson&Johnson, Colgate-Palmolive, Procter&Gamble), au sein desquels demeurent les groupes suisses Nestlé et ABB.

3. L'homogénéité de la répartition de l'activité sur de nombreux pays est mesurée par l'indicateur d'Herfindahl-Hirschmann simple. Cet indice souligne la dispersion ou la concentration des effectifs par rapport à l'effectif total de la firme dans le cadre d'un nombre maximal de pays d'implantation (ici, 173). Les groupes les plus internationalisés selon cette mesure sont suédois (AGA AB) ou suisses (ABB et Nestlé). Mais cet indicateur considère que tous les marchés nationaux ont la même valeur. Ainsi, cela favorise « *les groupes présents sur de nombreux marchés de taille moyenne* » (p.153).

4. La répartition de l'activité par rapport à la répartition de la production : l'indicateur d'Herfindahl, pondéré par les PIB nationaux, montre la répartition d'un groupe par rapport à la répartition de la richesse mondiale. C'est là encore un groupe suisse (Novartis) qui apparaît en tête mais suivi de deux groupes japonais et de sept groupes étasuniens. Cet indicateur intègre toutefois un biais de la taille des groupes. Une variante permet de retirer cet effet et dans le nouveau classement, aucun groupe étasunien n'apparaît plus dans les dix premiers.

5. La répartition de l'activité d'un groupe par rapport à la répartition de l'activité des 750 premiers groupes mondiaux : l'indicateur d'Herfindahl pondéré par les effectifs nationaux des filiales de ces 750 groupes montre une forte concentration des flux d'investissements transnationaux. Les dix premières places sont occupées par des entreprises étasuniennes parmi les plus puissantes du monde (IBM, Computer science corporation, Toy's-R-US). Leur seule présence attire d'autres investissements étrangers, ce qui se produit généralement pour les grands groupes, notamment dans certaines branches d'activité comme l'électronique (très présente en tête du classement). Pour cet indice, un effet de taille intervient encore très fortement. Les groupes étasuniens représentant près de 40% des 750 groupes, 50% des effectifs salariés, 32% des filiales et les localisations américaines sont prépondérantes. Une autre variante de l'indice est construit comme précédemment, en retirant l'effet de la taille des groupes. Quatre groupes suisses et un groupe français (Lafarge) arrivent alors à se hisser en tête du classement du nouvel indicateur, accompagnés de cinq groupes étasuniens.

Chacune de ces mesures offre une certaine pertinence selon la définition de la mondialisation prise en compte. Elles sont d'ailleurs assez liées entre elles, notamment les deux derniers indices qui sont largement corrélés (Benaroya et Bourcieu, 2003, p.156). L'évolution de la mondialisation des groupes montre, sur un échantillon plus réduit, que le déploiement spatial des groupes est à l'œuvre, mais loin d'être achevé : les groupes les plus mondialisés atteindraient entre la moitié et les trois-quarts de la couverture maximale des économies de la planète (une fois les différents marchés pondérés). Benaroya et Bourcieu (2003) soulignent également l'importance dans ces mesures de la définition adoptée de l'espace. Si l'on considère l'Union européenne, soit comme des pays indépendants, soit comme un tout, les résultats sont considérablement modifiés. La manière d'appréhender l'espace est primordiale dans les visions construites de ces mouvements. À l'échelle urbaine également de nombreuses questions se posent concernant la

délimitation des villes et de l'espace pris en compte. La désagrégation spatiale que l'on opère en passant des niveaux nationaux aux niveaux urbains, rend l'approche plus sensible encore à la fois à la définition du découpage spatial et à celle des réseaux d'entreprises. Ceci conduit à aller encore plus loin que Benaroya et Bourcieu dans l'appréhension des concentrations des localisations des réseaux d'entreprises.

### 1.3.2. Les concentrations des réseaux d'entreprises

Dans la concurrence qui apparaît autant entre des réseaux de firmes, qu'entre des entreprises à localisation unique, les entreprises s'agrègent d'une part financièrement et d'autre part spatialement afin de renforcer leurs économies d'échelle et leurs économies de réseau. Ces mouvements, très forts dans les années 1990, semblent s'être légèrement ralentis, et continuent à un rythme moindre notamment depuis 2001 (Bouinot, 2002, 2003, 2004).

Du point de vue financier, les fusions et acquisitions s'opèrent majoritairement au niveau mondial dans les mêmes activités (« *horizontales* » : 60%) afin de favoriser la concentration de l'information et des savoir-faire technologiques mais 34% concernent des conglomérats où la logique financière domine la logique productive (Cnuced, 2002). Les 6% des fusions restantes se font dans une logique d'intégration « *verticale* » de la production qui semble de plus en plus rare. On observerait même dans de nombreux domaines une « *désintégration verticale* » où les firmes reconcentreraient leurs activités sur les parties stratégiques des produits, laissant à la sous-traitance les éléments banalisés de la production (Cnuced, 2003). Ceci se fait au profit de l'externalisation d'un bon nombre de réseaux d'entreprises autrefois internalisés. Ces nouveaux réseaux opèrent, selon les niveaux de qualification requis par leurs activités, des polarisations spatiales souvent très fortes (Scott, 1988, 2001).

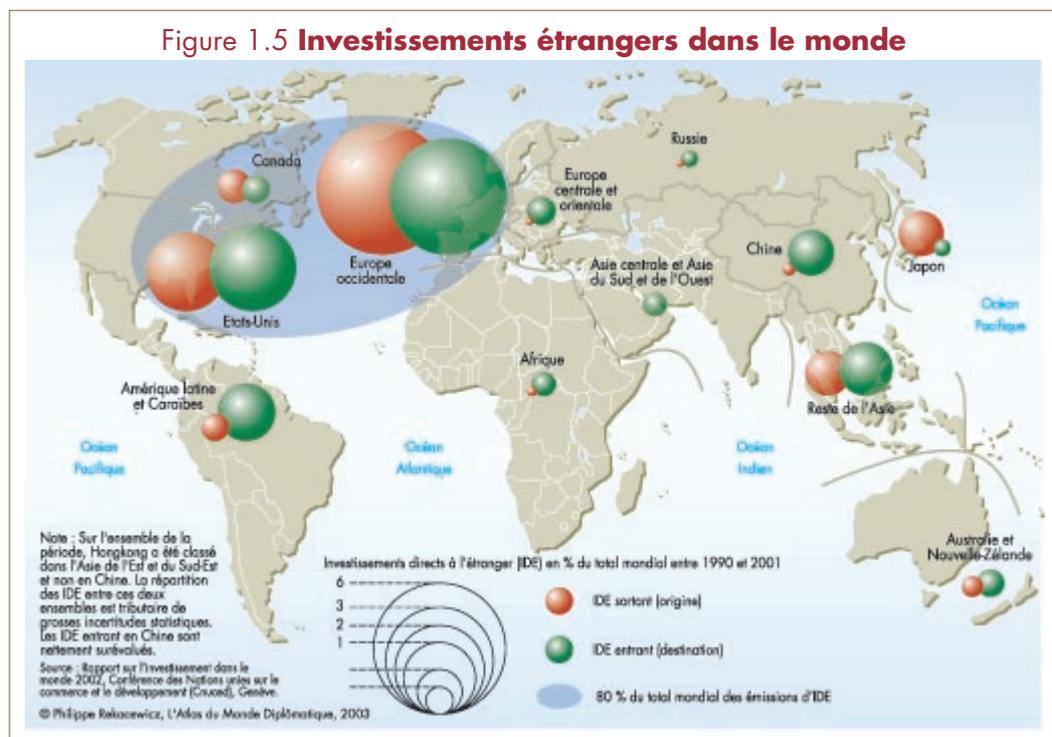
Sur le plan spatial, les firmes ont aussi tendance à se diriger vers les mêmes lieux et à fonctionner à l'intérieur de systèmes spatiaux communs, afin de bénéficier de leur bonne inter-accessibilité. Cette concentration spatiale s'effectue à différentes échelles : à la fois au niveau national et au niveau intra-national (régional et urbain).

### 1.3.3. Les territoires transnationaux des entreprises multinationales

L'ouverture des territoires nationaux, d'abord au commerce international, puis aux investissements directs étrangers (IDE) par le biais de traités bilatéraux interétatiques, a permis leur forte croissance notamment à la fin du XX<sup>e</sup> siècle grâce aux accords du GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) et du GATS (*General Agreement on Trade in Services*). Ces accords, qui ont été intégrés dans la structure de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) en 1995, sont composés des traités bilatéraux interétatiques assurant la sécurité des IDE. Le nombre de ces traités s'élevait à 181 en 1980 et à près de 2 100 à la fin de 2001 (Cnuced, 2003). L'ensemble de ces traités forme un climat de confiance, indispensable au développement des investissements étrangers. Michalet souligne d'ailleurs le fort protectionnisme des États jusqu'aux années 1970, soutenus par leurs industriels craignant la concurrence sur leur propre territoire (Michalet, 1999, p. 23)).

### 1.3.3.a. L'organisation spatiale des entreprises multinationales

Si les sièges des entreprises multinationales se concentrent financièrement, ils sont aussi très concentrés spatialement. Plus de 80% des entreprises multinationales sont originaires des pays développés (Cnuced, 2002). Parmi les cent premières entreprises du monde (par leur chiffre d'affaires), celles qui sont originaires des pays européens représentent 35% du chiffre d'affaires total, des États-Unis 31%, du Japon 30%, le reste étant partagé entre le Canada, le Venezuela, l'Australie et la Corée (Cnuced, 2002). En 2001, les stocks d'investissements étrangers sont contrôlés pour plus des trois quarts par les pays développés qui en reçoivent en retour près des deux tiers (Cnuced, 2002, 2003) (fig. 1.5).



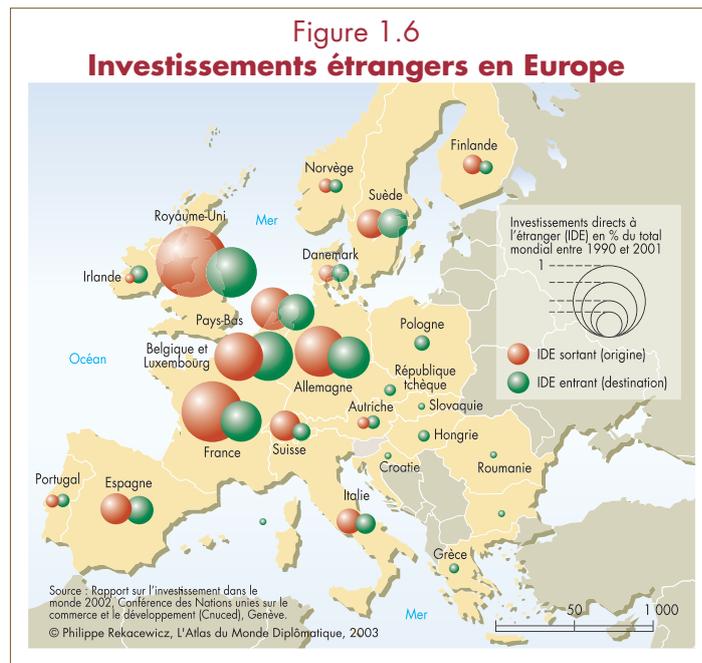
Sur les 30 millions de salariés de firmes multinationales travaillant à l'extérieur du pays siège, 60% sont localisés dans les pays développés et 20% en Chine (OIT, 2002). La frilosité de ce type d'échanges se confirme par cette concentration géographique où la recherche de sécurité prime, pour la majorité, sur celle de rentabilité puisque la proximité des marchés semble encore compter davantage que les bas salaires.

L'intégration des pays dans les mouvements croisés d'investissement fait l'objet de différents classements, selon que l'on considère les investissements effectivement présents ou le climat de sécurité qui permettrait de les attirer. Les pays sont souvent classés selon leur type d'ouverture aux investissements croisés, équilibre entre le contrôle d'actifs à l'étranger et la dépendance par rapport à des firmes étrangères ; quatre types de structures émergent (Carroué, 2002, p. 63) :

- Les pays « hors circuit », étant très peu intégrés (l'Afrique sub-saharienne, l'Inde, la Russie, la Turquie,...).
- Les pays sans firme nationale internationalisée, mais avec des multinationales étrangères jouant un rôle majeur dans l'économie du pays (Argentine, Brésil, Mexique, Indonésie).

- Les pays « *extravertis* », sièges de nombreuses multinationales, mais en accueillant moins (Royaume-Uni, Canada, Afrique du Sud, Australie).
- Les États « *centrés* », au cœur des échanges d'investissements croisés réunissant l'ensemble des pays développés.

En Europe (fig. 1.6), le Royaume-Uni, déjà plus ouvert aux autres continents que les autres pays de l'Union européenne, affirme son ouverture aux capitaux étrangers, notamment américains

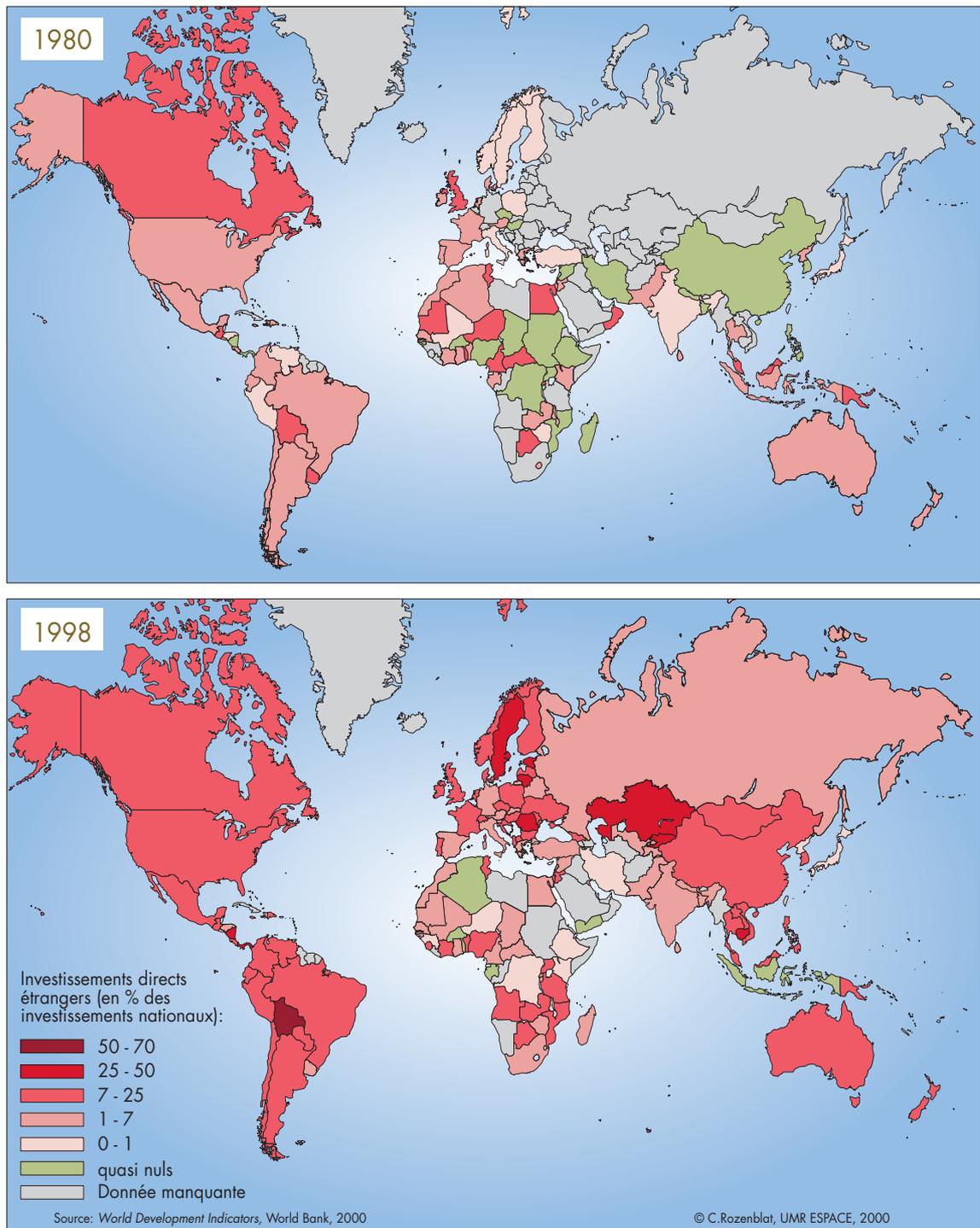


qui représentent 45% de ses investissements venus de l'étranger. C'est aussi le pays le plus « *extraverti* » de l'Union. Dans l'ensemble des pays développés, les trois pays dominants que sont les États-Unis, le Japon et l'Allemagne sont moins dépendants que les autres des capitaux étrangers, puisqu'ils en envoient plus qu'ils n'en reçoivent (Carroué, 2002, p. 63).

### 1.3.3.b. La pénétration des pays par les entreprises multinationales

Le degré de pénétration des territoires nationaux par les investissements étrangers peut également être apprécié en proportion des investissements nationaux (fig.1.7). En 1980, les investissements étrangers représentaient pour l'ensemble des pays 3% en moyenne de l'investissement national, contre 7% en 1998 (ONU, 2000). Dans ce cas, ce ne sont pas les pays développés les plus avantagés, car ce que l'on appelle le taux de pénétration des investissements dépend, pour une grande part, du volume des investissements nationaux. Ainsi, les situations sont très contrastées tant dans les pays développés que dans les pays en développement. Les taux les plus élevés en 1998 s'observent dans des pays en développement comme le Lesotho (69%), l'Azerbaïdjan (66%); l'Arménie (64%), la Bolivie (51%) et le Panama (40%). Au sein des pays développés, les États-Unis ont un taux de pénétration de 7,5%, alors qu'il est un peu moins élevé dans l'Union européenne (5,5% en moyenne) et bien moindre au Japon (0,3%). À l'intérieur de l'Union européenne, les situations sont assez contrastées.

Figure 1.7  
**Degré d'ouverture des États aux investissements étrangers**



Certains pays observent des taux de pénétration plutôt forts comme la Suède (32%), l'Irlande (18%), les Pays-Bas (17%), la Finlande, la France et le Portugal (10%), ou la Norvège (9%). À l'inverse, l'Italie et l'Allemagne ont des taux de pénétration de 2%, la Grèce de 4% et l'Espagne de 5%. Beaucoup de pays d'Europe orientale bénéficient de fortes proportions d'investissements étrangers, mais souvent par défaut d'investissements nationaux comme c'est le cas pour les pays en développement. Les taux de pénétration les plus élevés sont en Roumanie (30%), en Lettonie (24%), en Pologne et République Tchèque (15%) et en Hongrie (13%).

### 1.3.3.c. L'attractivité des pays pour les filiales des entreprises multinationales

Face aux observations sur les échanges d'investissements, on s'interroge sur les facteurs qui permettent leur attraction. L'inégalité entre les pays face à leur intégration dans la chaîne de production des entreprises multinationales tient à des différences d'avantages absolus. Les conditions nécessaires, admises par tous, pour l'attractivité des territoires nationaux aux investissements étrangers sont les suivantes (Michalet, 1999, Muchielli, 1998) :

- la taille du marché et surtout son taux de croissance
- un réseau de communication efficace et bon marché
- la qualification des actifs
- un tissu industriel local performant (économies de localisation [Camagni, 1996], sous-traitance locale ; possibilité d'acquisitions d'autres entreprises locales).

Les pays de la Triade sont, bien entendu, largement avantagés pour l'ensemble de ces critères. Mais les taux de croissance étant plus ou moins saturés pour un bon nombre de produits, les entreprises commencent à s'orienter vers d'autres pays.

Michalet (1999) décrit quatre « cercles d'attractivité » qui hiérarchisent les pays d'accueil.

- 1— Au centre, les pays de la Triade (Amérique du Nord, Japon, Europe occidentale)
- 2— Autour, les « *pays de la nouvelle frontière* », aussi surnommés « *short list* » : ce groupe comprend en Asie, la Chine, la Malaisie et la Thaïlande, en Europe centrale la Hongrie, la République Tchèque et la Pologne, et dans les pays du pourtour méditerranéen le Portugal et la Turquie. Depuis 1990, ces pays ont reçu plus d'investissements que les autres, ces investissements venant essentiellement de la Triade. Ils possèdent des marchés assez attrayants et une main-d'œuvre moins coûteuse que les pays de la Triade, tout en ayant des régimes politiques relativement stables.
- 3— Un troisième cercle regroupe les « *pays potentiels* » comme la Russie, le Maroc, la Tunisie et l'Égypte. Ces pays pourront figurer sur la *short list* lorsqu'ils auront réglé certains problèmes nationaux comme la stabilité économique, et les diverses variables décrivant le « *climat des investissements* » (liberté des transferts de capitaux, fiscalité, douanes et corruption, législations sociales, accueil de l'administration, sécurité et cadre de vie pour les expatriés, et sans doute le plus important : fiabilité, transparence et efficacité du système légal, réglementaire et judiciaire).
- 4— Les « *pays périphériques* » possèdent souvent des réserves de main-d'œuvre non qualifiée, de ressources naturelles et agricoles ou touristiques, mais n'appartiennent

à aucune zone économique régionale avec des pays du Nord. Ils conservent parfois d'anciennes firmes étrangères installées pendant la période coloniale, mais restent très à l'écart de ces nouvelles stratégies d'investissement et des mouvements en cours de l'économie « globale ».

Les logiques régionales supranationales demeurent donc essentielles dans les stratégies d'investissement des multinationales. Les différents accords économiques régionaux (UE, ALENA, Euromed, etc.), libéralisant le commerce interne, construisent des marchés qui s'agrègent face aux investissements. Les marchés sont vus à une échelle quasi continentale et l'insertion dans ces systèmes régionaux permet d'atteindre l'ensemble des pays qui les constituent. C'est à l'intérieur de ces zones que la concurrence entre les territoires s'exacerbe puisque le choix d'implantation se ferait en une séquence de choix géographiques de différentes échelles (Mayer, Mucchielli, 1999):

- au niveau continental ou national les principaux déterminants sont la taille du marché, et la présence de la concurrence. D'après Pierre Veltz (1998), ce découpage, en grands blocs continentaux (souvent basé sur la Triade), serait très variable d'une entreprise à l'autre. Pour les entreprises qu'il a étudiées, le bloc Europe coïncide rarement avec l'Union européenne et tantôt se limite au noyau de l'Europe des six, ou d'autres fois s'élargit à l'Europe de l'Est ou encore à l'Afrique. Les pays émergents et les pays en développement sont souvent regroupés ;
- au niveau régional ou urbain, on prend en compte les coûts de facteurs de production et les externalités positives comme, par exemple, les effets d'agglomération. Ceux-ci sont particulièrement recherchés par les entreprises étrangères fabricants d'ordinateurs, de machines-outils, d'équipement de bureau ou de pièces automobiles (Crozet *et al.*, 2004). Ce niveau infranational est composé de grandes régions qui suivent rarement les découpages administratifs trop fins. Ainsi, les entreprises n'ont besoin que de cinq à neuf régions pour la France (Veltz, 1998).

La concurrence se développe ainsi à la fois au niveau national et au niveau régional (au sens intra-national), mais sur des critères distincts. Les villes et les régions de pays différents seraient en concurrence indirecte à travers ce double filtre (Mayer, Mucchielli, 1999).

### 1.3.4. Les territoires locaux des entreprises multinationales

À l'intérieur de chaque pays, les polarisations territoriales sont considérables. C'est ce qui a amené, depuis la fin des années 1980, à réfléchir de plus en plus au niveau régional plutôt que national et à innover en matière d'études comparatives inter-régionales. Ces études apportent de nouvelles visions où chaque région intra-étatique se compare et développe des liens avec d'autres régions du même pays ou de pays différents.

En France, par exemple, la concentration des investissements étrangers est forte. Pour l'ensemble du pays, la présence étrangère représentait 25% du total des salariés dans l'industrie en 1992 (*Invest in France*, 1995), elle en représente 31% en 2000 (SESSI, 2003), même si l'emploi total contrôlé de l'étranger représente en 2000 environ 15% des emplois

en France (Commissariat général du Plan, 2002). Avec cette proportion généralement plus élevée qu'en Italie (9%) ou en Allemagne (7%), mais moins forte que dans des petits pays comme la Belgique, le Luxembourg, l'Irlande, ou dans des pays d'Europe centrale, les entreprises multinationales pèsent fortement sur l'économie nationale française et encore davantage sur certaines économies régionales. Dans certaines zones d'emploi, comme Sarrebourg et Wissembourg (près de la frontière allemande) ou Foix (près de la frontière espagnole), la proportion d'emplois des entreprises industrielles étrangères dépassait, en 1992, la moitié de l'emploi total industriel (fig. 1.8) (Rozenblat, 1998).

En 2002, les implantations étrangères ne montrent pas de forte transformation de la position relative des régions françaises, même si la région Rhône-Alpes se place en première position pour les créations grâce au projet Philips/Motorola/STMicroelectronics (AFII, 2003). Malgré ces implantations exceptionnelles, les entreprises industrielles étrangères suivent les logiques de spécialisations du territoire français. Ainsi, les établissements industriels d'entreprises étrangères sont majoritairement concentrés dans la moitié nord du pays et en particulier dans le Bassin parisien, le Nord et l'Est. De plus, les répartitions sont élevées près des frontières, souvent favorisées par la proximité des pays d'origine des entreprises (Rozenblat, 1998). À ces logiques zonales se superpose la logique de concentration urbaine des implantations industrielles étrangères (Crozet *et al.*, 2004).

Les villes, en particulier les plus grandes, structurent les grandes lignes directrices de ces tissages spatiaux de longue portée des entreprises multinationales (Cohen, 1981; Friedmann, 1986). À l'intérieur des descriptions faites au niveau mondial, supranational et national, les systèmes urbains supportent l'armature principale autour de laquelle se met en place le système d'interactions spatiales de la nouvelle économie mondiale. La prépondérance des structures continentales qui émerge des stratégies mondiales et globales des groupes, justifie que l'on s'intéresse à l'organisation des entreprises multinationales à l'échelle du système des villes européennes. Toutefois, les analyses à cet échelon sont encore très rares aujourd'hui.

Figure 1.8  
**La présence des entreprises industrielles étrangères en France en 1992**

