

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

Les déterminants des décisions de localisation

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

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

Bertrand SERGOT
Sous la direction du Professeur José ALLOUCHE

RESUME

1. LE POINT DE DEPART DE LA RECHERCHE : UNE INTERROGATION SUR LA MANIERE DONT LES ENTREPRISES PROCEDENT AUX CHOIX DE NOUVELLES LOCALISATIONS

L'emploi de l'expression de « décisions de localisation » d'entreprises suscite de fréquents rapprochements avec la thématique des « délocalisations » d'activités qui fait actuellement l'objet, en France notamment, de débats publics particulièrement intenses. Bien que la présente recherche ne traite pas spécifiquement des délocalisations, cette thématique constitue une entrée en matière intéressante et, à dire vrai, incontournable, au regard de son actualité brûlante.

La charge émotionnelle habituellement conférée au terme de « délocalisation » constitue un obstacle à une définition précise de la réalité qu'il désigne. Toutefois, quelle que soit la définition retenue, l'idée de délocalisation a le mérite de rappeler, de manière quelque peu paradoxale eu égard à l'étymologie du terme, que les entreprises sont des entités localisées. Nombre d'entre elles sont même multilocalisées au sens où elles exercent leur activité dans différents lieux géographiques distincts que nous qualifierons, dans cette recherche, de sites. L'inscription géographique d'une entreprise n'est toutefois pas figée une fois pour toute. Elle est susceptible de modifications au gré de la volonté de sa direction.

Le sens commun considère que, si une entreprise a choisi de procéder à une opération de délocalisation, par exemple en transférant certaines de ses activités vers un pays ou une région où les coûts de main d'œuvre ou les niveaux d'imposition sont plus faibles que dans leur localisation d'origine, ce choix ne peut qu'avoir des conséquences bénéfiques sur son niveau de profit. Dans cette perspective, la localisation acquiert le statut de variable d'action stratégique sur laquelle les entreprises, en particulier les entreprises industrielles, peuvent jouer afin de réduire le niveau de leurs coûts. Cette idée, qui s'applique avant tout aux activités matures et standardisées, a son pendant pour les activités innovatrices. En effet, pour des auteurs tels que Michael Porter (Porter, 1998, 1999), l'implantation de centres de recherche et développement ou d'unités de production de biens de haute technologie au sein d'agglomérations d'activités innovatrices, à l'image de la Silicon Valley californienne, permet aux entreprises d'accéder aux processus de création de nouvelles connaissances techniques et scientifiques que ces agglomérations recèlent.

Ces assertions invitent à s'interroger sur la manière dont les entreprises utilisent effectivement la localisation de leurs activités pour atteindre leurs objectifs stratégiques. Il s'agit plus spécifiquement de déterminer comment les décideurs établissent *a priori* une relation entre le choix d'un lieu d'implantation particulier et le niveau de performance associé pour leur entreprise.

L'établissement d'une telle relation est particulièrement problématique dans le cadre des opérations de créations de nouveaux sites, que ces derniers accueillent des activités existantes, transférées depuis d'autres sites de l'entreprise concernée, ou de nouvelles capacités. En effet, dans ces circonstances, les entreprises doivent choisir de manière explicite un nouveau lieu d'implantation susceptible d'accueillir tout ou partie de leur activité. Ce type d'opération les expose en outre à un environnement local nouveau dont elles ne connaissent qu'imparfaitement les caractéristiques.

En conséquence, l'interrogation qui structure la thèse est la suivante :

Comment les entreprises procèdent-elles aux choix des lieux d'implantation de leurs nouveaux sites ?

Le traitement de cette question ne saurait se limiter au choix du pays d'accueil du nouveau site, comme cela est souvent le cas dans la littérature académique (Dunning, 1998). Un tel traitement serait doublement réducteur. En effet, toute décision de localisation à l'international implique également le choix, à l'intérieur du pays d'accueil sélectionné, d'un lieu précis dans l'espace géographique. En outre, se concentrer sur les seuls choix de nouveaux pays conduit à écarter de l'analyse l'ensemble des décisions prises à l'intérieur d'un même territoire national.

2. UNE REVUE PLURI-DISCIPLINAIRE DE LA LITTÉRATURE

Les enjeux propres aux décisions de localisation de nouveaux sites sont traditionnellement abordés par la littérature du point de vue des acteurs publics qui cherchent, par divers moyens, à influencer les comportements de localisation des entreprises dans un sens favorable aux intérêts de la collectivité dont ils ont la charge (Brossard, 1997 ; Méchin, 2001).

L'adoption de ce point de vue s'accompagne d'une concentration de l'attention sur les décisions d'implantation ayant les conséquences potentielles les plus fortes sur l'emploi et le développement économique à l'échelle locale. Les sciences économiques et la géographie ont ainsi produit une abondante littérature sur la localisation des unités de production industrielle qui contraste avec l'intérêt relativement limité que ces décisions ont suscité en sciences de gestion, en particulier à l'échelle infra-nationale (Joffre et Koenig, 1985). Ce constat incite à la réalisation d'une revue pluri-disciplinaire de la littérature.

L'analyse de la littérature montre en premier lieu la prégnance, dans les travaux réalisés sur la thématique de la localisation, des hypothèses de rationalité et d'information parfaites des décideurs. Ces hypothèses trouvent leurs racines dans les modèles théoriques de la localisation industrielle, des travaux fondateurs de Weber (1909) à ceux de la nouvelle géographie économique (Krugman, 1998). Elles imprègnent également, de manière plus ou moins explicite, la grande majorité des recherches et études empiriques réalisées en vue d'identifier les principaux critères (ou facteurs de localisation) utilisés par les entreprises pour choisir de nouvelles localisations (Aydalot, 1985).

Cette représentation se heurte toutefois à la complexité et à l'incertitude qui caractérisent, dans les faits, le choix de nouvelles localisations, en particulier lorsque des activités industrielles sont concernées (Perreur et Schärli, 1994). En effet, de multiples caractéristiques locales sont susceptibles d'affecter le bon fonctionnement d'un nouveau site donné et doivent, de ce fait, être intégrées dans la réflexion présidant au choix de son lieu d'implantation. Nombre de ces caractéristiques sont par essence qualitatives. La réflexion en matière de localisation se prête donc bien peu au calcul optimisateur. Elle est au contraire largement marquée par la subjectivité du décideur (Hayter, 1997). Certaines caractéristiques locales, telles que les économies d'agglomération, ne sont pas même appréciables *ex-ante* puisqu'elles dépendent du comportement de localisation d'autres entreprises (Chanteau, 2001).

Les décisions de localisation, au sens où elles sont définies dans cette thèse, ont donc des conséquences incertaines et ambiguës sur la performance des entreprises concernées.

Dans ces conditions, des géographes considèrent, dans le prolongement des travaux de Simon (1959) et de Cyert et March (1963), que les décideurs procéderont aux choix de nouvelles localisations de manière à éviter les erreurs majeures en la matière tout en limitant le montant des ressources (en temps et en moyens financiers) consacrées à la recherche d'informations sur les différents lieux géographiques envisagés (Pred, 1967). Ils tendraient de

ce fait à privilégier les aires géographiques sur lesquelles ils peuvent aisément disposer de connaissances détaillées et spécifiques à l'activité de leur entreprise (Baum et alii, 2000). Ces connaissances peuvent provenir de la présence préalable de leur entreprise dans ces aires géographiques (comportements d'inertie spatiale), de la présence préalable d'entreprises comparables à la leur (comportements d'imitation) ou encore de leur réseau local de relations personnelles.

Ce dernier point invite à considérer les décisions de localisation comme des choix encastrés¹ dans une réalité sociale qui dépasse les frontières de l'entreprise. Dans cette perspective, le néo-institutionnalisme sociologique (Meyer et Rowan, 1977 ; Di Maggio et Powell, 1983) constitue un cadre d'analyse potentiellement fécond pour la compréhension des déterminants de ces décisions. Ces dernières apparaissent en effet soumises à des pressions plus ou moins contraignantes émanant de l'environnement social des entreprises et qui viennent renforcer les tendances à l'inertie spatiale et au mimétisme déjà soulignées dans le cadre d'une approche *behaviouriste*.

La pertinence de ces deux cadres d'analyse des choix de nouvelles localisations a été peu explorée à ce jour. Quelques recherches empiriques ont été entreprises en ce sens sur des terrains bien délimités. Elles signalent la présence de comportements significatifs d'inertie spatiale et d'imitation dans les décisions de localisation à l'échelle infra-nationale de certaines catégories de sites de services aux particuliers (Baum et Haveman, 1997 ; Baum et alii, 2000 ; Greve, 2000) ainsi que dans les décisions d'implantation de nouvelles unités de production industrielle à l'international (Belderbos et Carree, 2000 ; Barry et alii, 2001 ; Delios et Henisz, 2001 ; Guillen, 2002).

Toutefois, la spécificité des terrains étudiés et le recours exclusif à des données secondaires analysées au moyen de modèles logit restreignent considérablement la portée des résultats obtenus.

Le choix de cette démarche méthodologique constitue en particulier un obstacle à la prise en compte, dans l'analyse, de l'utilisation par les décideurs de leurs réseaux sociaux pour guider leurs choix de localisation alors même que des travaux ont signalé l'importance de ce type de comportement dans le processus d'internationalisation des entreprises, en particulier au sein des entreprises familiales (Chen et Chen, 1998 ; Basly, 2002). En outre, les résultats concernant la localisation de nouvelles usines à l'international se prêtent à des interprétations divergentes qu'il est difficile de départager à partir du seul recours aux données secondaires. En effet, les comportements observés peuvent tout aussi bien être le reflet des contraintes logistiques propres aux activités à implanter que d'une quelconque préférence des décideurs pour des aires géographiques connues (Greve, 2000).

3. L'ADOPTION D'UN CADRE EXPLICATIF COMBINANT RATIONALITE ECONOMIQUE ET PREFERENCE DES DECIDEURS POUR DES AIRES GEOGRAPHIQUES CONNUES

L'étude de la littérature indique que la prise en compte des comportements de préférence des décideurs pour des aires géographiques connues représente aujourd'hui une réelle opportunité d'améliorer la compréhension de ce qui guide, dans les faits, les choix de nouvelles localisations par les entreprises. Le fait que de tels comportements influent sur les décisions de localisation ne signifie pas pour autant que celles-ci soient exemptes de toute rationalité économique. Il résulte plutôt de l'incertitude et de l'indétermination économique caractérisant ces situations de décision.

Dans cette perspective, les choix de nouvelles localisations par les entreprises doivent donc être analysés comme l'expression d'une double volonté de la part des décideurs :

¹ Au sens de l'*embeddedness* de Granovetter (1985).

- La localisation choisie doit en premier lieu satisfaire aux exigences de fonctionnement, techniques et économiques, des activités concernées.
- Le choix effectué traduit également une préférence explicite pour des aires géographiques connues, cette préférence étant destinée à limiter les risques associés à l'implantation dans un environnement local nouveau.

La question qui se pose alors porte à la fois sur l'importance des comportements de préférence pour les aires géographiques connues dans les décisions de localisation d'entreprises, sur l'explication de l'émergence de ces comportements et, dans une perspective de gestion des entreprises, sur leurs conséquences en termes de performance. Ainsi, le choix d'une aire géographique préalablement connue de l'entreprise ou de ses dirigeants permet-elle réellement d'atténuer l'importance des difficultés non anticipées dans le fonctionnement du nouveau site par rapport à l'implantation dans un environnement local méconnu (Hayter, 1997) ?

La littérature incite à penser que le niveau de préférence pour les localisations connues varie en fonction des caractéristiques de l'entreprise concernée (les PME sont ainsi supposées, en raison de leurs moyens plus réduits et de la centralisation plus grande de la prise de décision, y avoir plus recours, Belderbos et Carree, 2000) et des caractéristiques de la décision de localisation considérée (les décisions de localisation à l'international sont supposées y être plus exposées).

Apporter des éléments de réponse à la triple interrogation posée plus haut nécessite d'étudier non seulement les critères de choix utilisés (réponse à la question « pourquoi là ? »), mais également la configuration du processus de décision ayant conduit à ce choix (réponse à la question « comment là ? »).

En effet, dans le cadre des approches économiques d'inspiration néoclassique de la décision de localisation, les variables économiques interviennent uniquement comme critères (ou facteurs de localisation) permettant de hiérarchiser les différents lieux géographiques au sein d'un ensemble de choix supposé donné. Par contraste, la différenciation de l'espace géographique par les décideurs en fonction du niveau de connaissance préalable dont ils disposent sur chacune des localisations envisagées peut intervenir dans le processus décisionnel à deux niveaux :

- elle peut jouer le rôle d'un critère de choix permettant de classer par ordre de préférence ces lieux géographiques ;
- mais elle peut également intervenir, en amont, dans la constitution de l'ensemble de considération au sein duquel ce choix sera effectué.

De manière plus générale, dans des situations de décision aussi ambiguës et peu structurées que le sont les choix de nouvelles localisations, la configuration du processus de décision est susceptible d'influer de manière significative sur la nature de la décision finale (Mintzberg et alii, 1976).

4. DES CHOIX METHODOLOGIQUES INSCRIVANT LA RECHERCHE DANS UNE DYNAMIQUE D'ACCUMULATION DE CONNAISSANCES

L'objectif de ce travail doctoral est double. Il vise en premier lieu à conforter les résultats obtenus par les recherches empiriques préexistantes grâce à l'utilisation, sur des terrains similaires, de démarches méthodologiques différentes de celles mobilisées jusqu'à présent (Greve, 2000). Il s'agit également de compléter les résultats obtenus précédemment en élargissant le champ de l'analyse.

Dans cette perspective, le champ couvert par la recherche inclut les décisions de localisation de nouvelles usines à l'international pour lesquelles les résultats empiriques signalant la présence de comportements de préférence pour les localisations connues sont les plus discutables.

Ces décisions ne représentent cependant qu'une faible proportion des choix de nouvelles localisations par les entreprises industrielles. Une même entreprise industrielle peut ainsi être amenée à choisir de nouveaux lieux d'implantation pour des usines, mais également pour des agences commerciales, pour des centres de recherche et développement ou encore pour des centres logistiques, et ce à la fois dans son pays d'origine et à l'étranger.

Or, pour toutes ces activités, à l'exception peut-être des activités logistiques, il existe un contraste apparent entre, d'un côté, une relative liberté *a priori* en matière de localisation et, de l'autre côté, une tendance persistante, dans les faits, à l'agglomération spatiale, signalant ainsi la présence potentielle de comportements de préférence pour les localisations connues. Un contraste similaire existe également pour les activités de conception de logiciels. En conséquence, le champ couvert par l'analyse englobe l'ensemble des décisions de localisation prises par les entreprises des secteurs de l'industrie manufacturière et de la réalisation de logiciels. Seules les décisions de localisation de sièges sociaux, dans lesquelles les logiques de commodité personnelle des dirigeants sont susceptibles d'interférer significativement avec les logiques d'entreprises, ont été exclues.

Les travaux empiriques préexistants recourent pour l'essentiel à l'utilisation de données secondaires. Nous pensons au contraire que la prise en compte de la préférence des décideurs pour les localisations connues ne peut se faire qu'en partant des perceptions que ces décideurs ont de l'espace géographique, et ce d'autant plus que cette prise en compte nécessite le recueil d'informations sur le déroulement du processus de décision de localisation. L'analyse doit donc se faire à partir de données empiriques collectées directement auprès des acteurs de la décision.

La solution consistant à réaliser des monographies détaillées de quelques décisions de localisation a été écartée, la littérature empirique sur le sujet présentant des lacunes trop importantes pour permettre de procéder à une sélection raisonnée des cas étudiés. En conséquence, le mode de recueil de données empiriques qui a été choisi dans le cadre de cette recherche est l'enquête par questionnaire. Cette démarche méthodologique permet en effet de collecter des données sur un échantillon de décisions de localisation de grande taille. Elle peut donc être utilisée, dans une perspective exploratoire, pour dégager des grands types de comportements de localisation. L'adoption d'une démarche d'exploration se justifie, dans le cas présent, par le fait qu'il n'existe pas, à notre connaissance, de travaux empiriques visant à évaluer l'importance des comportements de préférence pour des aires géographiques connues dans les décisions de localisation d'entreprises sur la base de données d'enquête.

Une enquête par questionnaire a donc été réalisée auprès des cadres dirigeants de 1119 entreprises françaises ayant ouvert ou annoncé l'ouverture d'un nouveau site, en France ou à l'étranger, durant l'année 2001 et le premier trimestre de l'année 2002.

Le questionnaire envoyé comportait deux grands types de questions :

- Des questions fermées et des questions semi-ouvertes précodées avec listes d'items se rapportant aux caractéristiques des entreprises concernées, des sites nouvellement créés (ou projetés) et à quelques caractéristiques objectives du processus de recherche du lieu d'implantation du nouveau site.
- Des questions avec échelle de notation graduées de 0 à 5 permettant de collecter les perceptions des répondants sur trois thèmes distincts : les critères utilisés pour choisir

le lieu d'implantation du nouveau site à l'échelle infra-nationale et, pour les entreprises concernées, à l'échelle internationale (choix du pays d'accueil du nouveau site) ; les acteurs, internes et externes à l'entreprise, qui sont intervenus dans le processus de prise de décision ; les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions de localisation étudiées.

A l'issue de la phase de collecte des données, un total tout à fait satisfaisant de 102 questionnaires exploitables a été récolté.

5. LES RESULTATS EMPIRIQUES OBTENUS CONFORTENT ET COMPLETENT LES APPORTS DES TRAVAUX PREEXISTANTS

5.1. Un échantillon d'observations aux caractéristiques diversifiées

Bien que la qualité imparfaite des bases de sondage utilisées ne permette pas de comparer sa composition à celle de l'ensemble de la population étudiée, l'échantillon de décisions obtenu présente une variété intéressante au regard des principales variables de contingence des logiques de choix de localisation mises en avant par la littérature. Les données collectées sont ainsi de nature à permettre une bonne évaluation des effets des caractéristiques des entreprises, des sites nouvellement créés et de leur lieu d'implantation (en France / à l'étranger) sur les logiques de choix utilisées par les entreprises.

Les réponses aux trois ensembles thématiques de questions avec échelles de notation ont ensuite fait l'objet de traitements statistiques séparés obéissant à une séquence similaire : réalisation d'analyses univariées et bivariées suivie par la mise en œuvre d'une Analyse en Composantes Principales afin de résumer chaque ensemble thématique de variables en un nombre plus réduit de dimensions synthétiques puis d'une Classification Ascendante Hiérarchique sur les axes factoriels retenus permettant de dégager des groupes homogènes d'observations au sein de l'échantillon.

5.2. Des processus de prise de décision fortement centralisés

Les processus de décision étudiés apparaissent bien éloignés des logiques d'optimisation rationnelle postulées par les théories économiques de la localisation.

La plupart des décisions de localisation de l'échantillon ont en effet été prises à la suite de l'exploration d'une aire géographique de dimension limitée, souvent restreinte aux environs immédiats des localisations existantes des entreprises concernées. La prédominance, au sein de l'échantillon, des processus de recherche à proximité de l'existant (Cyert et March, 1963) est particulièrement marquée pour les opérations de transferts totaux, c'est-à-dire pour les transferts entraînant la fermeture ou la cession des sites d'origine des activités transférées.

Dans leur très grande majorité, les processus de prise de décision étudiés sont extrêmement centralisés par la direction générale de l'entreprise, cette centralisation étant, logiquement, particulièrement forte au sein des PME. A l'inverse, les interventions d'acteurs extérieurs aux entreprises y sont très faibles en moyenne.

L'Analyse en Composantes Principales et l'analyse typologique pratiquées successivement sur cet ensemble thématique de variables permettent à la fois de confirmer et d'affiner ce jugement d'ensemble en dégagant des profils différenciés de processus décisionnels :

1. L'effectif de la première classe est très important puisqu'elle regroupe les trois-quarts du total des observations. En phase avec les caractéristiques d'ensemble de l'échantillon, cette classe rassemble des processus de décision fortement centralisés. Ces processus de décision centralisés concernent en premier lieu les PME mais ils se rencontrent également dans les entreprises de grande taille, lorsque la recherche de la nouvelle localisation est d'emblée cantonnée à l'intérieur d'une aire géographique restreinte.

2. *A contrario*, les processus décisionnels de la seconde classe se distinguent par l'étendue géographique remarquablement grande du processus de recherche de la nouvelle localisation. Les décideurs y sont de ce fait plus exposés aux influences des acteurs publics, et ce d'autant plus que les nouveaux sites qu'ils souhaitent implanter (pour l'essentiel, il s'agit de nouvelles usines) constituent le cœur de cible des politiques d'attraction des entreprises mises en place par ces derniers.

3. Enfin, la troisième classe regroupe six opérations de transferts d'activités réalisées par de grandes entreprises à des échelles intra-urbaines. L'importance des enjeux immobiliers et humains de ces décisions incite la direction générale des entreprises concernées à se faire assister, dans son processus de choix, par des directions fonctionnelles spécialisées (direction des affaires immobilières, direction des ressources humaines) et à impliquer étroitement dans la prise de décision les acteurs locaux (responsables de sites, salariés concernés par la décision) qu'elle souhaite, pour la plupart, conserver en son sein.

5.3. La pertinence partielle du cadre d'analyse associant rationalité économique et préférence explicite des décideurs pour les aires géographiques connues

Les statistiques descriptives concernant les facteurs de localisation pris en considération par les décideurs à l'échelle infra-nationale signalent la grande diversité des logiques de choix étudiées. Cette diversité reflète en grande partie la variété des caractéristiques des observations. Les décideurs ont en effet tendance, dans l'échantillon, à choisir des lieux géographiques satisfaisants aux besoins en ressources des activités accueillies par le nouveau site. Ces logiques d'adaptation rationnelle sont toutefois tempérées par des comportements significatifs de préférence pour les aires géographiques connues.

Dans les PME, ces comportements favorisent l'inertie spatiale et renforcent l'encastrement de l'entreprise dans le milieu local d'origine de son ou de ses dirigeants. Dans les grandes entreprises, des comportements mimétiques se font jour, en particulier lorsque le nouveau site constitue une première implantation de l'entreprise dans un nouveau pays.

La mise en œuvre, sur l'ensemble des items du questionnaire se rapportant aux critères de choix de la nouvelle localisation à l'échelle infra-nationale, d'une procédure couplée d'Analyse en Composantes Principales et de Classification Ascendante Hiérarchique permet de distinguer cinq grands types de logiques de choix au sein de l'échantillon. Les classes ainsi dégagées reflètent avant tout la contingence fonctionnelle de la réflexion en matière de choix de localisation :

1. Au sein de la première classe c'est la nécessité d'attirer ou de retenir la main d'œuvre qualifiée et spécialisée dont le nouveau site a besoin qui prime sur toutes les autres considérations.

2. La deuxième classe est caractérisée pour partie par la recherche d'une proximité géographique avec les marchés et les clients de l'entreprise. Toutefois, cette orientation de la

réflexion vers l'aval ne concerne que les décisions de localisation de nouveaux sites de services qui représentent 10 des 18 observations de la classe. L'ensemble des observations de la classe 2 est plutôt uni autour de la préférence manifeste des décideurs pour des aires géographiques connues. Qu'elle prenne la forme de comportements mimétiques ou du recours, par les décideurs, à leurs réseaux de relations personnelles, cette préférence vise à faciliter la mise en œuvre de la décision de localisation.

3. Les décisions de la troisième classe, qui concernent pour la plupart des nouveaux sites de production industrielle, sont subordonnées à des logiques plus larges d'investissement immobilier. Bien que la taille réduite de l'aire de recherche soit, dans nombre de cas, peu propice au déploiement de calculs optimisateurs, les décisions de cette classe sont guidées par la volonté de réduire le poids financier que représente, pour l'entreprise, l'ouverture du nouveau site, en particulier en profitant des aides à l'implantation de natures diverses proposées par les collectivités locales.

4. La quatrième classe, de taille remarquablement réduite², signale la présence, dans l'échantillon, de logiques d'accès à des connaissances localisées et aux structures locales de financement qui y sont associées. Dans ce cadre, l'utilisation, par les décideurs, de leurs réseaux sociaux est destinée à faciliter l'accès aux ressources locales spécifiques que leur entreprise recherche (Lorenzen et Mahnke, 2002). Cette quatrième classe complète les apports des travaux de recherche antérieurs en indiquant l'existence d'une préférence significative des décideurs pour les aires géographiques connues dans les logiques de localisation d'activités innovatrices.

5. La cinquième classe regroupe des décisions précédées par une réflexion extrêmement succincte qui reflète la volonté des décideurs de préserver le *statu quo* des implantations de leur entreprise. Cette volonté peut cependant être contrariée par des pressions extérieures exercées de manière plus ou moins explicite par certains des clients les plus importants de l'entreprise.

L'étude de cette dernière classe permet de retrouver certaines des lignes de partage signalées par les analyses bivariées et que l'analyse typologique n'a pas fait ressortir.

L'ensemble des décisions étudiées témoigne ainsi d'une certaine répugnance des entreprises du champ d'analyse à recourir à la mobilité géographique, du moins au travers de la création de nouveaux sites. Cette répugnance est liée, dans les PME, au poids des préférences personnelles des dirigeants d'entreprises et aux effets structurants de leurs réseaux sociaux qui agissent plus souvent comme une contrainte sur les comportements de localisation des entreprises de petite taille que comme une opportunité (Romo et Schwartz, 1995 ; Huault, 2004). Dans le cadre des opérations de transferts, elle découle de la volonté des directions d'entreprises de limiter les risques de départ des salariés en place et de perte des compétences spécifiques qu'ils possèdent.

La pertinence de l'approche combinant logiques technico-économiques et comportements explicites de préférence des décideurs pour des aires géographiques sur lesquelles ils disposent, d'une manière plus ou moins directe, de « connaissances expérientielles » (Johanson et Vahlne, 1977) est toute relative. Elle concerne surtout, comme les recherches antérieures le laissaient entrevoir, les décisions de localisation de nouveaux sites de services à l'échelle infra-nationale et celles de nouvelles usines à l'international. Une analyse plus poussée des résultats obtenus incite à penser que certaines des décisions de cette dernière catégorie, en particulier les premières implantations industrielles dans des pays

² Elle ne regroupe en effet que sept observations.

étrangers, s'inscrivent plus dans une quête de légitimité aux yeux des acteurs de l'environnement de l'entreprise, notamment de certains de ses clients ou donneurs d'ordres industriels qui disposent d'un fort pouvoir de coercition (Florida et Smith, 1994), que dans une logique d'amélioration de l'efficacité économique interne.

5.4. Des difficultés de mise en œuvre limitées, concentrées sur certaines situations de décision particulières

Les difficultés rencontrées par les entreprises de l'échantillon lors de la mise en œuvre de leurs décisions de localisation, tant avant qu'après l'ouverture de leur nouveau site, apparaissent en moyenne d'une ampleur très faible. Elles se concentrent en outre sur certaines situations de décision bien spécifiques. Les résultats de l'analyse typologique pratiquée sur cet ensemble thématique de variables confirment cette première impression :

1. Une première classe réunit des décisions de localisation qui s'insèrent dans des opérations de croissance interne importantes pour les entreprises concernées. Elles sont en outre réalisées, en majorité, loin de leurs implantations préexistantes. Elles sont de ce fait à l'origine de dysfonctionnements notables dans l'organisation logistique de l'entreprise, tant en interne qu'avec ses partenaires commerciaux. La disjonction géographique introduite dans les entreprises par ces décisions rend également difficile le contrôle de l'activité du nouveau site par la direction. Ces difficultés, bien que significatives, apparaissent toutefois passagères aux yeux des répondants. Elles ne les conduisent pas à une remise en cause de leurs choix et ce d'autant moins que ces choix sont souvent réalisés sous la pression de certains des clients les plus importants de leur entreprise.

2. La deuxième classe se caractérise par des difficultés significatives dans la gestion des ressources humaines du nouveau site, tant au niveau du recrutement que de la motivation du personnel embauché. Ces difficultés n'apparaissent cependant pas, pour l'essentiel, imputables au choix de localisation en lui-même. Elles sont plutôt liées aux caractéristiques des situations de décision correspondantes, qui impliquent des efforts de recrutement importants, et à la nature des postes à pourvoir, qui ne sont pas nécessairement très motivants ni très rémunérateurs.

3. La dernière classe regroupe les trois-quarts des observations intégrées aux traitements statistiques multivariés réalisés sur cette thématique. Elle se caractérise par la faiblesse remarquable des difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des décisions prises. Cette caractéristique d'ensemble reflète en grande partie la volonté explicite des dirigeants de limiter, par leur choix de localisation, ces difficultés de mise en œuvre notamment en restreignant l'ampleur géographique des transferts d'activités sur de nouveaux sites. Les entreprises du champ d'analyse sont donc très conscientes des coûts cachés en matière de ressources humaines que peuvent comporter leurs décisions de localisation et elles les intègrent bien dans leur raisonnement.

Les résultats obtenus n'indiquent pas que les comportements de préférence pour les aires géographiques connues permettent de limiter, à court terme, la survenance de difficultés imprévues liées au manque de familiarité des décideurs avec la localisation choisie et de nature à perturber le fonctionnement du nouveau site. Au contraire, une bonne part des choix de localisation de la classe 4 de la typologie en fonction des facteurs de localisation, pourtant guidés par la configuration spatiale des réseaux sociaux des décideurs, exposent l'entreprise, lors de leur mise en œuvre, à d'importants problèmes d'organisation (classe 1 de la typologie

en fonction des difficultés de mise en œuvre). En effet, ces logiques de choix ne sont pas particulièrement destinées à aplanir les difficultés opérationnelles associées à l'implantation dans un environnement local méconnu mais visent plutôt à accéder à des ressources spécifiques distantes. Leurs conséquences sur la performance des entreprises concernées doivent donc s'évaluer sur le moyen ou le long terme plutôt que dans le court terme.

6. CONCLUSION

Les résultats des traitements statistiques effectués sur les données d'enquête signalent donc la pertinence, pour l'explication des comportements de localisation des entreprises françaises des secteurs industriels et de l'édition de logiciels, du cadre conceptuel adopté associant logiques économiques et aversion pour le risque associé au choix d'une localisation méconnue. La présente recherche doctorale constitue ainsi à la fois une confirmation et une extension des travaux empiriques préexistants recourant à ce cadre conceptuel.

Le renforcement de la validité de résultats obtenus nécessite toutefois de prolonger cette recherche en recourant à des méthodes plus qualitatives de recueil des données. La réalisation d'études de cas détaillées et contextualisées de quelques décisions de localisation sélectionnées à partir des résultats de la thèse permettrait ainsi d'acquérir une compréhension plus approfondie des processus décisionnels dont elles sont l'aboutissement. L'utilisation combinée de méthodologies quantitatives et qualitatives constitue également le meilleur moyen d'explorer les pistes de recherche ouvertes par ce travail, en particulier celle esquissée par la classe 4 de la typologie en fonction des facteurs de localisation utilisés par les décideurs à l'échelle infra-nationale.

Références bibliographiques

AYDALOT P. (1985), *Economie régionale et urbaine*, Economica.

BARRY F., GORG H. & STROBL E. (2001), Foreign direct investment, agglomerations and demonstration effects: An empirical investigation, *Research Paper Series, Leverhulme Centre for Research on Globalisation and Economic Policy, University of Nottingham*, N°25.

BASLY S. (2002), L'internationalisation de l'entreprise familiale, in CABY J. & HIRIGOYEN G., *La gestion des entreprises familiales*, Economica, Paris.

BAUM J. & HAVEMAN H. (1997), Love thy neighbor, Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, p. 304-338.

BAUM J., LI S. X. & USHER J. (2000), Making the next move: How experiential and vicarious learning shape the locations of chains' acquisitions, *Administrative Science Quarterly*, December, p. 766-801.

BELDERBOS R. & CARREE M. (2000), The location of Japanese investments in China: Agglomeration effects, Keiretsu and firm heterogeneity, *NIBOR Research Memorandum, Maastricht University*, February.

- BROSSARD H. (1997), *Marketing d'une région et implantation des investissements internationaux*, Economica, Collection Recherches en Gestion, Paris.
- CHANTEAU J.-P. (2001), *L'entreprise nomade, localisation et mobilité des activités productives*, L'Harmattan, Paris.
- CHEN H. & CHEN T.-J. (1998), Network linkages and location choice in foreign direct investment, *Journal of International Business Studies*, Vol. 29, N°3, p. 445-468.
- CYERT R.M. & MARCH J.G. (1963), *A behavioral theory of the firm*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- DELIOS A. & HENISZ W. (2001), Uncertainty, imitation and plant location: Japanese multinational corporations 1990-1996, *Administrative Science Quarterly*, September.
- DI MAGGIO P.J. & POWELL W.W. (1983), The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields, *American Sociological Review*, Vol. 103, p. 1-37.
- DUNNING J.H. (1998), Location and the multinational enterprise: A neglected factor ?, *Journal of International Business Studies*, Vol. 29, N°1, p. 45-66.
- FLORIDA R. & SMITH D.F. (1994), Agglomeration and industrial location: An econometric analysis of Japanese-affiliated manufacturing establishments in automotive-related industries, *Journal of Urban Economics*, Vol. 36, p. 23-41.
- GRANOVETTER M. (1985), Economic action and social structure: the problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, N°3, p. 481-510.
- GREVE H. (2000), Market niche entry decisions: Competition, learning, and strategy in Tokyo banking, 1894-1936, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, N°5, p. 816-836.
- GUILLEN M. (2002), Structural inertia, imitation and foreign expansion: South Korean firms and business groups in China, 1987-95, *Academy of Management Journal*, Vol. 45, N°3, p. 509-525.
- HAYTER R. (1997), *The dynamics of industrial location: The factory, the firm and the production system*, Wiley, Chichester, NY.
- HUAULT I. (2004), Une analyse de réseaux sociaux est-elle utile pour le management ? Puissance et limites d'une théorie de l'encastrement structural, in HUAULT I., *Institutions et gestion*, Vuibert, Paris, p. 49-67.
- JOFFRE P. et KOENIG G. (1985), *Stratégie d'entreprise-Antimanuel*, Economica, Paris.
- JOHANSON J. & VAHLNE J.-E. (1977), The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, p. 81-99.
- KRUGMAN P. (1998), What's new about economic geography, *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 14, N°2, p. 7-17.

LORENZEN M. & MAHNKE V. (2002), Global strategy and the acquisition of local knowledge: How MNCs enter regional knowledge clusters, *DRUID Working Paper*, N° 02-08.

MECHIN A. (2001), *La capacité urbaine d'attraction et d'ancrage des établissements : une analyse par les ressources dynamiques*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Caen Basse-Normandie.

MEYER J.W. & ROWAN B. (1977), Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, Vol. 83, p. 340-363.

MINTZBERG H., RAISINGHANI D. & THEORET A. (1976), The structure of unstructured decision processes, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 21, p. 246-275.

PERREUR J. & SCHARLIG A. (1994), Localisation industrielle, in AURAY J.P., BAILLY A., DERYCKE P.-H. & HURIOT J.-M. (dir.), *Encyclopédie d'économie spatiale*, Economica, Paris.

PORTER M.E. (1998), Localisation et compétitivité, *Sociétal*, N°19, mai, p. 47-50.

PORTER M.E. (1999), Les districts et les choix d'implantation, *L'Expansion Management Review*, juin, p. 13-22.

PRED A. (1967), Behavior and locations: Foundations for a geographic and dynamic location theory, Part 1, *Lund Studies in Geography*, Series B, Human Geography, N°27.

ROMO F.P. & SCHWARTZ M. (1995), The structural embeddedness of business decisions: The migration of manufacturing plants in New York State, 1960 to 1985, *American Sociological Review*, Vol. 60, December, p. 874-907.

SIMON H.A. (1959), Theories of decision-making in economics and behavioural sciences, *American Economic Review*, Vol. 49, p. 253-283.

WEBER A. (1909), *Über den Standort des Industrien*, Verlag Mohr, Tübingen ; traduction anglaise de C.J. FRIEDRICH (1929), *Theory of the location of industries*, University of Chicago Press, Chicago.