

**ATTRACTIVITE TERRITORIALE ET STRATEGIES
DE LOCALISATION DES FIRMES : LE TERRITOIRE
CORSE PEUT-IL DEVENIR UN NOUVEL EDEN ?**

Christophe Storai

► **To cite this version:**

Christophe Storai. ATTRACTIVITE TERRITORIALE ET STRATEGIES DE LOCALISATION DES FIRMES : LE TERRITOIRE CORSE PEUT-IL DEVENIR UN NOUVEL EDEN ?. Information, Savoirs, Décision, Médiation, 2003. <sic_00000819>

HAL Id: sic_00000819

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000819

Submitted on 23 Nov 2003

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

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

ATTRACTIVITE TERRITORIALE ET STRATEGIES DE LOCALISATION DES FIRMES : LE TERRITOIRE CORSE PEUT-IL DEVENIR UN NOUVEL EDEN ?

Christophe Storai¹

Cappeddem, iut de Corté
La citadelle
20250 Corté

Christophe.Storai@iut.univ-corse.fr

Résumé : La notion de globalisation, largement galvaudée dans la littérature économique, a engendré simultanément de nouvelles pratiques de gestion organisationnelle des firmes multinationales et une recrudescence des formes de l'intégration économique régionale. L'objet de cette contribution consiste à analyser, à travers le prisme de l'économie globale, la prise en compte de l'environnement territorial dans la stratégie des firmes. D'une part, les spécificités de la régionalisation dans la globalisation semblent résulter moins d'un processus institutionnel ou d'accords politiques inter-gouvernementaux que du rôle catalyseur des firmes multinationales; et d'autre part, l'attractivité des territoires reposant sur une série d'avantages de localisation revêt une importance d'autant plus fondamentale que les firmes retiennent, comme territoires d'accueil de leurs investissements, uniquement ceux qui renforcent leur compétitivité. Dans l'économie globale, la flexibilité accrue des processus potentiels de délocalisation/relocalisation des activités remodèle ainsi sensiblement l'analyse des interactions entre les éléments du triptyque IDE-firmes multinationales-territoires d'accueil. C'est à la lumière de ces considérations que sera envisagée l'hypothèse selon laquelle le territoire corse pourrait devenir un nouvel éden en matière d'attractivité des IDE.

Mots-clé : Globalisation - régionalisation - attractivité territoriale - stratégies d'investissement des firmes multinationales

Summary : The concept of globalisation generated new practices of organisational management of the multinational firms. The object of this contribution consists in analyzing, through the prism of the total economy, the taking into account of the territorial environment in the strategy of the firms.

¹ NDLR : Directeur de l'IUT de Corse

Attractivité territoriale et stratégies de localisation des firmes : le territoire corse peut-il devenir un nouvel éden ?

INTRODUCTION

La notion de globalisation, largement galvaudée dans la littérature économique, reçoit de multiples définitions très souvent confuses pour interpréter la nouvelle tendance de la mondialisation qui se développe à partir des années 1980. A l'origine, ce concept a été répandu dans l'analyse économique internationale par les travaux de Levitt (1983), Porter (1986) et Doz (1986) concernant la gestion de l'organisation des firmes multinationales. Il caractérise les nouvelles conditions de la concurrence internationale au sein des divers marchés, dans lesquels les rivalités s'exercent dans une perspective globale au sens où les positions concurrentielles sur les marchés solvables sont fortement interdépendantes et se déterminent réciproquement.²

La multiplication des publications sur ce sujet a conféré au terme de globalisation un caractère simultanément générique et ambigu. En effet, ce phénomène de globalisation semble s'appliquer aussi bien à l'environnement concurrentiel dans lequel les firmes opèrent (globalisation d'un marché, d'un secteur, d'un produit) qu'aux diverses modalités comportementales établies par les entreprises dans ce contexte (globalisation des stratégies). Il est clair que les deux dimensions sont éminemment liées, néanmoins il serait réducteur d'appréhender la globalisation simplement comme une nouvelle étape de l'internationalisation sans considérer l'interaction de deux paramètres. Le premier concerne l'accroissement de la mobilisation internationale des ressources: des facteurs de production nationaux et jusque-là relativement immobiles, en dépit de l'existence de firmes multinationales, deviennent plus

mobiles. Le second a trait à l'ampleur mondiale que prend le jeu concurrentiel, caractérisée notamment par l'intégration fonctionnelle d'activités géographiquement dispersées au sein des firmes multinationales³.

L'objet de cette contribution consiste à analyser, à travers le prisme de l'économie globale, la prise en compte de l'environnement territorial dans la stratégie des firmes. Nous procéderons en trois étapes. La première sera centrée sur la dynamique des nouvelles configurations régionales qui préside à la spécificité de l'intégration économique régionale issue de la globalisation. La nouvelle perception du territoire qui en résulte marque une rupture avec la conception de l'espace économique relative à la logique de *l'économie multinationale* (Michalet, 1999a).⁴ La seconde

³ La globalisation a également engendré un changement dans l'organisation des secteurs productifs nationaux. Aux structures de types "secteurs-filières" strictement nationaux se sont substitués des systèmes complexes d'opérateurs industriels en totale interaction, pour lesquels les frontières nationales n'ont plus guère de sens, et dans lesquels les positions des acteurs sont irrémédiablement interdépendantes.

⁴ Dans ses travaux relatifs à l'attraction des IDE, C.A. Michalet considère trois logiques économiques eu égard à la coexistence des modalités prédominantes de la mondialisation: échanges internationaux des biens et services, flux d'IDE et circulation des capitaux. "*La logique de l'économie inter-nationale a pour objet d'expliquer les échanges de biens et services entre les Etats-Nations. Sa position dominante dans l'analyse de la mondialisation s'est étendue sur une période allant des débuts du capitalisme, jusqu'au milieu des années 1960.*" (Michalet, 1999a, p.19)... "*La nouvelle figure dominante de la mondialisation, l'économie multi-nationale, émerge à partir du début des années 1960. Elle va privilégier la dimension des flux d'investissement direct à l'étranger et la mobilité des activités productives des firmes d'un territoire à l'autre.*" (ibid, p. 24)... "*La logique de l'économie globale comme nouvelle configuration de la mondialisation s'impose à partir du début des années quatre-vingts. Elle s'accompagne généralement de la*

² Notons que la globalisation, qui émerge également dans la sphère financière, s'accompagne d'une forme d'hégémonie des conceptions néolibérales en matière d'attraction des investissements directs étrangers (IDE) (Andreff, 1999)

sera consacrée à l'analyse des interactions entre les composantes du tripode IDE-firmes multinationales-territoires d'accueil. Il est clair que tout projet de localisation industrielle nécessite d'appréhender l'articulation entre le global et le local. Pour désigner l'émergence simultanée de la globalisation et de préoccupations de développement à l'échelle locale en réaction à ce phénomène global, un concept nouveau est apparu au début des années 1990: *la glocalisation* (Mair, 1991). Ce néologisme a conduit à accorder une place particulière au territoire, défini comme un espace enraciné et approprié possédant des propriétés que d'autres n'ont pas et qui ne peuvent guère s'exporter. Le territoire n'est plus un simple support de facteurs de localisation, mais un acteur possédant des modes de régulation et d'organisation spécifiques (Savy et Veltz, 1995) que les firmes multinationales intègrent dans leurs stratégies d'IDE. A la lumière de ces considérations, la troisième étape s'attachera à considérer l'hypothèse selon laquelle le territoire corse pourrait devenir un nouvel éden en matière d'attractivité des IDE.

1. GLOBALISATION ET NOUVELLES FORMES DE REGIONALISATION

Les décennies 1980 et 1990, qui ont vu naître puis se développer l'économie globale, ont été marquées par une recrudescence des formes de l'intégration économique régionale. Une première variante de la régionalisation repose sur un modèle analytique traditionnel présenté au début des années 1950 par J. Viner et approfondi ensuite par B. Balassa.⁵ Celui-ci a servi de référence au projet de construction de la Communauté économique européenne, tel qu'il apparaît avec la signature du traité de Rome, puis approfondi par l'adoption de l'Acte Unique et définitivement finalisé, à la suite du traité de Maastricht, en Union européenne. Cette forme d'intégration régionale a suscité d'autres expériences en matière d'union

économique comme l'illustre la création du Mercosur en Amérique Latine.

1.1 Les spécificités de la régionalisation dans la globalisation

Sans entrer dans une analyse approfondie des séquences proposées par Viner et Balassa, il est nécessaire de préciser que le concept d'intégration économique, à partir de la formation de zones de libre-échange puis d'unions douanières, est exclusivement centré sur l'intensification des flux d'échanges de biens et des services induite par la suppression des droits de douane entre les partenaires des accords. Cette approche a, semble-t-il, perdu une partie sensible de sa portée analytique pour rendre compte des spécificités de la régionalisation dans la globalisation.

D'une part, en ne considérant que les échanges, la théorie des unions douanières se situe dans le cadre paradigmatique de *l'économie inter-nationale*⁶, ce qui exclut de son champ analytique la dimension propre aux nouvelles formes de l'intégration régionale axée sur les flux d'investissements directs et de capitaux de même que sur les réseaux internalisés de filiales de firmes multinationales; d'autre part, une des conditions préalables et fondamentales à la réussite de l'union douanière est l'homogénéité du niveau de développement des partenaires.⁷ Or, l'élargissement potentiel de l'Union européenne à de nouveaux partenaires notamment les pays d'Europe centrale et orientale (PECO), comme la vocation de l'ALENA à s'élargir à d'autres nations sud-américaines constituent l'archétype d'une intégration économique faisant abstraction de la condition d'homogénéité économique et institutionnelle des futurs pays membres.

Il faut également souligner une tendance grandissante à l'intégration régionale qui résulte moins d'un processus institutionnel ou d'accords politiques inter-gouvernementaux que du rôle catalyseur des firmes multinationales. De ce point de vue, l'exemple

réduction des mesures protectionnistes et de l'adoption de modèles de développement fondés sur la promotion des exportations qui éliminent ceux qui donnaient la priorité à la substitution aux importations. Elle est aussi renforcée par le renouveau de l'intégration régionale." (Ibid, p.32).

⁵ Cf. J. Viner (1950) et B. Balassa (1961).

⁶ Au sens de Michalet, Cf. *supra* note 3.

⁷ La condition de similarité du développement des économies partenaires reposant sur l'hypothèse, largement vérifiée dans la réalité, que les échanges multilatéraux entre les pays sont d'autant plus intenses que les écarts dans les revenus par tête sont faibles.

de l'APEC alliant les pays de l'ASEAN et les deux grandes nations industrielles du Pacifique, les Etats-Unis et le Japon, est symptomatique d'une régionalisation fondée sur l'intensification des flux commerciaux et d'investissements directs entre les économies résultant des réseaux d'échanges entre les filiales des firmes multinationales japonaises et nord-américaines. Il semble donc que les stratégies des firmes façonnent spécifiquement l'intégration régionale dans le cadre de la globalisation. Dans ce contexte, l'attractivité des territoires reposant sur une série d'avantages de localisation revêt une importance d'autant plus fondamentale que les firmes retiennent, comme territoires d'accueil de leurs investissements, uniquement ceux qui renforcent leur compétitivité.

1.2 Attractivité territoriale et stratégie globale des firmes multinationales

La globalisation a introduit de nouvelles règles du jeu, à la fois dans les stratégies d'investissement des firmes multinationales et dans la concurrence aiguë s'exerçant entre les territoires potentiellement attracteurs des implantations des entreprises. Depuis le milieu des années 1980, les politiques de libéralisation des activités économiques généralisées à une grande majorité des pays, indépendamment de leur niveau de développement, la montée des mécanismes de marché et de l'initiative privée relativement aux interventions des Etats et des entreprises publiques ont profondément remodelé l'attitude des autorités gouvernementales à l'égard des investissements étrangers.

Une logique d'attraction des IDE s'est largement substituée aux politiques étatiques de restriction-réglementation des implantations des firmes étrangères (Andreff, 1999). Désormais, ce sont les choix stratégiques de localisation des firmes multinationales qui préfigurent la réalisation des retombées macroéconomiques inhérentes aux investissements étrangers dans un territoire d'accueil⁸. En exacerbant la concurrence entre

les firmes, la globalisation a également engendré une nouvelle logique comportementale des acteurs concernés par cette nouvelle dynamique économique. Les firmes multinationales développent des stratégies directement mondiales⁹ et arbitrent entre les localisations de plusieurs territoires d'accueil potentiels.

En d'autres termes, la compétition inter-territoriale implique que l'attractivité d'un espace géographique ne peut être conçue sans prendre en compte les finalités des implantations à l'étranger des entreprises. Dans la logique de la globalisation, la dialectique de l'attractivité repose inévitablement sur une interaction entre des intérêts micro et macroéconomiques, d'où l'indispensable convergence entre les stratégies des firmes et les politiques économiques gouvernementales.

Traditionnellement, l'analyse économique retient une trilogie propre aux comportements stratégiques des entreprises en matière d'IDE:

- une stratégie *primaire* ou d'accès aux ressources naturelles du sol et du sous-sol;
- une stratégie *horizontale* ou de marché;
- une stratégie *verticale* ou de minimisation des coûts.

Il n'est pas dans notre intention d'approfondir la distinction formelle entre ces trois finalités de décisions d'investissement¹⁰, mais précisément d'explicitier les choix de localisation des firmes dans le cadre de l'économie globale. De manière générale, la stratégie d'accès aux ressources naturelles est assimilée à la recherche d'approvisionnements inexistant dans le pays d'origine, ou de meilleure qualité et/ou de moindre coût à l'étranger. La stratégie de marché vise à produire d'une part, pour le territoire d'implantation, une gamme de biens qui reproduit intégralement ou partiellement celle de la maison-mère en fonction des caractéristiques locales de la demande; et d'autre part, elle concerne des pays de niveau de développement équivalent (les

les administrations qui sélectionnaient les "bons" projets d'investissement proposés par les firmes, en fonction de leurs priorités à moyen-long terme."(Michalet, 1999b, p.387).

⁹ Elles sont d'ailleurs qualifiées de "*multinationales globales*" (Andreff, 1996a).

¹⁰ De nombreuses publications facilement accessibles ont été consacrées à cet effet, Cf. par exemple, Michalet (1998), Mucchielli (1998), Markusen (1995).

⁸ Comme le note Michalet, La dialectique a changé: "*Avec la globalisation, les firmes mettent désormais les territoires en concurrence les uns avec les autres en fonction de leur recherche de compétitivité maximale, alors que dans la multinationalisation, c'étaient les gouvernements et*

investissements considérés sont ici de type Nord-Nord, croisés et intrabranches, d'où la qualification de stratégie horizontale). A l'inverse, la stratégie verticale répond à un objectif de rationalisation de la production et génère des flux d'investissement de sens Nord-Sud déterminés par les divergences de niveau de développement des nations partenaires, ce qui confère aux vagues d'investissement un caractère simultanément unilatéral et intersectoriel.¹¹

Cette distinction conventionnelle entre les variantes comportementales des firmes en matière de stratégies d'IDE est sans doute validée dans la réalité jusqu'au milieu des années 1980; toutefois, les faits stylisés propres à la globalisation rendent cet archétype sinon caduc du moins non systématique. En effet, selon une enquête menée en 1997 par le Foreign Investment Advisory Service (FIAS)¹² relative aux IDE réalisés dans les pays de l'ASEAN, les PECO et les pays de pourtour méditerranéen (PPM), il semble que fondamentalement les firmes suivent des stratégies *transversales* qui combinent, de façon alternative ou simultanée, la recherche de sources d'approvisionnement fructueuses avec les avantages d'un marché dynamique de grande taille et la minimisation des coûts de production. Comme le précise W. Andreff: "*les stratégies globales, apparues dans certaines FMN depuis une quinzaine d'années, ont plusieurs caractéristiques, la première d'entre elles étant précisément que la FMN joue*

systématiquement sur les trois stratégies, en fonction (...) de ses contraintes microéconomiques propres (...) de l'état des marchés nationaux et mondiaux, et des localisations avantageuses qui se présentent à elle, sinon à tout instant, du moins au moment de chaque décision stratégique."(Andreff, 1999,p. 402).

Dans l'économie globale, les firmes multinationales sont simultanément plus sélectives dans les choix de localisation de leurs activités financières, commerciales ou productives, et plus crédibles dans la capacité à déterritorialiser leurs investissements et leurs implantations. La flexibilité accrue des processus potentiels de délocalisation/relocalisation des activités remodèle ainsi sensiblement l'analyse des interactions entre les éléments du triptyque IDE-firmes multinationales-territoires d'accueil.

2. IDE-FIRMES MULTINATIONALES-TERRITOIRES D'ACCUEIL: UNE INTERACTION COMPLEXE DANS LA GLOBALISATION

Tout en opérant une rupture épistémologique forte avec les fondements théoriques traditionnels de la spécialisation internationale¹³, la globalisation réhabilite un concept typiquement *smithien* en matière d'échange international: celui de l'avantage absolu. En effet, pour être retenus comme lieux d'implantation des IDE, les territoires doivent répondre favorablement et intégralement à un certain nombre d'avantages de localisation requis par les firmes multinationales. En d'autres termes, plus les offres des territoires et les demandes des firmes seront en adéquation, moins les IDE seront volatiles. La dialectique attractivité des territoires/compétitivité des firmes repose sur une vision dynamique de cet adage.

2.1 Avantages compétitifs des firmes et avantages absolus des territoires

Les avantages compétitifs chers à M. Porter¹⁴ peuvent provenir de deux sources:

¹¹ Cette opposition didactique entre les IDE horizontaux et verticaux renvoie à la distinction désormais académique entre les *filiales-relais* et les *filiales-ateliers* chère à M. Delapierre et C.A. Michalet (Delapierre et Michalet, 1976): les premières illustrant les caractéristiques de la spécialisation internationale intrabranche fondée sur les marchés imparfaits, alors que les secondes génèrent une localisation des IDE centrée sur la différenciation des dotations en facteurs dans la tradition de la spécialisation inter-sectorielle propre à la théorie *heckscher-ohlinienne* du commerce international.

¹² Cf. Michalet (1997), le FIAS est un département conjoint de la Banque Mondiale et de la Société Financière Internationale qui a mené une étude concernant les flux d'IDE réalisés par une centaine de multinationales nord-américaines, japonaises et européennes dans plusieurs secteurs d'activités (chimie, électronique, matériel électrique, télécommunications, textile-confection, construction automobile, hôtellerie,...).

¹³ Cf. Les modèles théoriques *ricardien* et *heckscher-ohlinien* de l'échange international.

¹⁴ Cf. M. Porter (1988)

celles qui réduisent les coûts de production (innovations technologiques ou coûts des facteurs de production) et celles qui permettent la différenciation des produits (marques, publicité, concurrence monopolistique). Dans l'économie globale, la compétitivité des firmes s'analyse comme la prédisposition de ces dernières à conquérir des parts du marché mondial dans un contexte concurrentiel typiquement oligopolistique largement propice à une interdépendance globale entre les acteurs d'un même secteur d'activités (Chesnais, 1994). De ce point de vue, la coexistence des concepts de firme-réseau et de réseau de firmes génère des firmes multinationales de type global (Guilhon, 1998), qui organisent verticalement leurs implantations et leurs filiales étrangères en une chaîne internationalement intégrée (Savary, 1993) et s'intègrent elles-mêmes dans des réseaux d'alliance avec d'autres firmes multinationales. Ces alliances stratégiques, nouvelles formes d'investissement international typiques de deux dernières décennies du XX^{ème} siècle, ont engendré des comportements de coopération/concurrence -dans un environnement où les frontières des secteurs, des groupes, et des firmes sont mouvantes- illustratifs de la théorie des *jeux stratégiques* (Combe et Mucchielli, 2001).

Les avantages absolus de localisation implémentent l'attractivité des territoires susceptibles de répondre aux besoins et aux attentes des investisseurs potentiels. Tout espace géographique désireux d'attirer des IDE se doit de mettre en place une politique économique multidimensionnelle à même de susciter ces avantages absolus de territorialisation.¹⁵ Bien évidemment, la dynamique de l'attractivité se doit d'être conçue progressivement selon un archétype organisationnel permettant, au préalable, de lisser un cadre macroéconomique et institutionnel favorable à la qualité de l'environnement des entreprises. Les investisseurs s'efforçant de réduire l'incertitude et les coûts de transaction relatifs à leurs

projets de localisation, il est prépondérant, pour un territoire, de privilégier une logique liminaire de pré-requis préfigurant la crédibilité de toute stratégie de promotion des investissements. En adoptant une stratégie globale, les firmes multinationales mettent, d'une part, les territoires potentiels d'accueil en situation de concurrence accrue; et d'autre part, elles acquièrent un pouvoir d'émancipation à l'égard de l'espace géographique et économique de localisation.¹⁶

2.2. Attractivité, promotion des IDE et souveraineté des firmes en matière de localisation

L'attractivité d'une nation (ou d'une région) concerne fondamentalement la capacité d'un territoire (national ou régional) à attirer les investissements étrangers et locaux. Pour être ainsi retenu comme lieu de localisation virtuel, le territoire devra préalablement satisfaire à des pré-conditions macroéconomiques permettant à l'investisseur d'évaluer la rentabilité de son projet d'implantation et la confronter avec celle qu'il peut obtenir dans d'autres localisations possibles. Autrement dit, il est nécessaire qu'un ensemble ciblé de variables soit suffisamment lisible pour pouvoir analyser *l'environnement général des affaires*. Parmi les informations requises, celles ayant trait à la soutenabilité d'un régime économique et politique stable, de même que celles précisant les modalités du climat des investissements semblent les plus prisées. Toutefois, ces considérations sont loin d'être exhaustives, comme le précise C. A. Michalet: "*ils (les investisseurs) privilégient les pays qui suivent une politique économique libérale, favorable à l'économie de marché, ouverte sur l'extérieur car ils craignent que les décisions discrétionnaires des gouvernements et de leurs administrations. L'existence de programmes de privatisation constitue un signal positif, non seulement parce qu'ils ouvrent des opportunités d'investissement, mais aussi, parce qu'ils manifestent clairement une orientation politique favorable à l'initiative privée.*" (Michalet, 1999b, pp.392-393). Une fois établies ces conditions pré-requises, le

¹⁵ Notons que, compte tenu du caractère pluridimensionnel de la globalisation, la mise en œuvre d'une politique d'attractivité territoriale se voudra uniforme à l'égard de la nationalité des investisseurs: la discrimination entre les firmes locales et étrangères devenant insignifiante dans le contexte de l'économie globale.

¹⁶ Andreff considère que "certaines firmes deviennent complètement *footloose* ("libres comme l'air") en matière de localisation" (Andreff, 1999, p.407).

territoire s'efforcera de promouvoir l'existence de facteurs déterminants susceptibles de crédibiliser son attractivité.¹⁷

2.2.1. L'attractivité: une notion pluridimensionnelle

Il est possible de repérer plusieurs dimensions indispensables à l'attractivité territoriale qui reflètent les priorités incompressibles des investisseurs potentiels dans l'optique d'une implantation durable. En premier lieu, l'avantage de localisation relatif à la taille du marché et ses perspectives de croissance anticipée revêt une importance majeure pour les firmes. Ce constat de la primauté du marché, mis en exergue par l'enquête précitée du FIAS, suscite quelques commentaires additionnels. En effet, la globalisation a généré un cadre conceptuel inhérent au marché bien différent de la configuration analytique marchande typique du paradigme *de l'économie multi-nationale*. Les firmes globales conçoivent des stratégies en référence non plus à un marché *multi-domestique*, mais à une zone marchande intégrée dans un processus de régionalisation.¹⁸ La forte attractivité de certains pays de l'ASEAN (la Thaïlande et la Malaisie), en confirmant la logique stratégique transversale des IDE globaux, est parfaitement caractéristique de cette nouvelle tendance conceptuelle de l'organisation de la production et des échanges dans la globalisation. L'optimisation de la production délocalisée est envisagée dans un espace géographique élargi dans l'optique de tirer profit des différents potentiels nationaux en termes d'offre (coûts) et de demande (Fabry et Maximin, 1997)

En second lieu, eu égard au degré croissant de sophistication des technologies incorporées dans les procédés de production utilisées par

¹⁷ Cette vraisemblance des paramètres fondamentaux de l'attractivité du territoire augurera de sa capacité à figurer, selon l'expression empruntée à C.A. Michalet, sur "*la short list*" des investisseurs.

¹⁸ La régionalisation regroupe des Etats-Nations dans des ensembles politiques ou économiques plus ou moins fédérés. Plus précisément, "*l'intégration régionale lie des pays géographiquement proches entre lesquels les relations économiques tendent à s'affranchir des frontières politiques pour favoriser la formation de marchés intégrés*" (Siroën, 2000, p.3)

les firmes multinationales, la disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée associée à l'existence d'un tissu industriel local performant constituent un autre déterminant fondamental de l'attractivité d'un territoire d'accueil des IDE. C'est précisément la qualité du capital humain (bon niveau d'expérience et de formation initiale des ingénieurs, des cadres et autres techniciens supérieurs) qui confère un avantage comparatif indéniable aux PECO en matière d'attraction des investisseurs étrangers (Andreff, 1997; Drouet, 1999).¹⁹

Enfin, dans la perspective accrue des spécificités de l'organisation globale des firmes, l'efficience des réseaux d'infrastructures informationnelles et communicationnelles (télécommunications et système des transports) revêt une importance cruciale. L'espace internalisé de la firme repose sur une circulation "en flux tendus" des capitaux, des informations, des produits et des hommes entre les filiales implantées dans une grande diversité de nations. Cette dimension de la gestion des firmes multinationales est d'autant plus fondamentale, qu'à la fin de la décennie 1990, la part des échanges internationaux intra-firme dans le commerce mondial global avoisinait le pourcentage de 40% (ONU, 1999). En définitive, l'attractivité d'un territoire recoupe sensiblement l'idée de *diamant* de l'avantage national selon Porter (Porter, 1990, p.72). Il est clair que la capacité de polarisation des IDE d'un espace géographique déterminé est largement dépendante de sa propension à satisfaire les différents aspects de la stratégie globale des firmes (*ibid*, pp.607-613).

2.2.2 La dynamique de promotion des IDE

Toutefois, la dynamique d'attractivité d'une nation n'est pas un *deus ex machina*; elle est évolutive et se construit par des politiques publiques de promotion des investissements étrangers. La construction et/ou la valorisation

¹⁹ Bien évidemment, la globalisation n'a pas condamné l'existence de nombreux secteurs productifs intensifs en main d'œuvre peu qualifiée (la chaussure, les jouets...). Toutefois dans ces derniers, la théorie *électrique*, chère à Dunning, nous enseigne que les délocalisations s'effectuent sous formes de ventes de licence et/ou d'accord de sous-traitance (Dunning, 1988).

des avantages de localisation repose sur quatre paramètres essentiels: les services alloués aux investisseurs, la promotion ciblée de ces investisseurs, le système d'incitations financières et l'image du territoire (Michalet, 1999a). Il entre moins dans notre démarche d'explicitier exhaustivement ces champs d'action essentiels²⁰ que d'en saisir la logique globale afin de promouvoir une trame générale d'attractivité territoriale pérenne.

L'économie globale a généré un processus mondial de libéralisation des initiatives d'accueil de l'IDE (UNCTAD, 1994)²¹; parallèlement, une tendance à la surenchère, menée par les Etats, quant aux avantages institutionnels, fiscaux et financiers fournis aux investisseurs étrangers a été notoirement observée. Cette conception qui conduit à considérer les incitations comme la panacée en matière d'attraction des investissements est largement inefficace. D'une part, une grande majorité des études empiriques consacrées à ce sujet montre manifestement que la présence d'un système d'incitation n'est qu'au mieux un déterminant subalterne influençant la décision d'investir à l'étranger (UNCTAD, 1995); et d'autre part, une firme multinationale tend à privilégier l'évaluation de la rentabilité économique et non financière d'un projet de localisation. Ce faisant, l'existence d'exonérations fiscales et autres aides financières est négligeable pour l'investisseur, puisque sa durée effective (traditionnellement 3 à 5 ans) est fondamentalement plus courte que la temporalité présagée de l'appréciation de l'implantation (généralement le moyen-long terme).

Au risque d'engendrer des dépenses publiques irréversibles, toute politique d'attractivité territoriale doit, semble-t-il, s'évertuer à conjuguer les critères propres à la crédibilité et à la lisibilité du climat d'investissement local. En d'autres termes, les

agences de promotion des investissements (API) ont à développer des techniques de construction de l'attractivité d'un territoire qui relèvent d'une démarche typique de marketing. A cet égard, il serait judicieux de distinguer la nature des services alloués aux investisseurs, en dissociant notamment les phases préalable et postérieure à l'investissement. En effet, même si l'objectif ciblé de ces services concerne la minimisation des coûts de transaction dans la recherche d'une localisation optimale pour les implantations des firmes, il n'en demeure pas moins que cette distinction temporelle est essentielle à plusieurs titres. D'abord, une part croissante des IDE est constituée par l'extension d'infrastructures existantes financées particulièrement par des réinvestissements locaux des bénéficiaires nationaux ou par emprunts régionaux.²² De plus, si les API ont un rôle primordial d'interface entre les investisseurs potentiels et l'administration (notamment en fournissant simultanément les informations normalisées sur l'économie et la législation du territoire d'accueil de même que les renseignements spécifiques relatifs à des domaines d'activités précis facilitant la prise de décision), elles doivent également sonder les firmes étrangères déjà installées à propos de leur niveau de satisfaction et de leurs futurs projets. Enfin, cette double démarche permet non seulement de synthétiser les avantages de localisation de l'espace géographique considéré, mais également elle confère aux API une fonction de conseil en aménagement de l'environnement des entreprises dans l'optique sous-jacente de renforcement de l'attractivité du territoire.

La promotion de l'image de ce dernier sera ainsi largement argumentée et apparaîtra d'autant plus crédible que les pouvoirs publics auront bien pris soin de remplir les conditions pré-requises et nécessaires à toute politique visant à façonner l'attractivité territoriale.

2.2.3 La souveraineté des firmes en matière de localisation

La libéralisation des politiques économiques en matière d'attraction des IDE a manifestement modifié les rapports

²⁰ Le lecteur intéressé par un développement exhaustif des techniques de promotion des investissements étrangers pourra se référer aux travaux de C.A. Michalet, cf. (Michalet, 1999a, chapitre 3).

²¹ Il s'agit d'un processus incluant la suppression des mesures discriminatoires à l'égard de l'IDE qui distordent le marché, l'atténuation ou l'élimination des restrictions, ainsi que des incitations spéciales à l'IDE par les gouvernements, l'établissement de règles favorables de traitement et de protection des filiales étrangères.

²² Ces mouvements d'investissements sans transfert international de capitaux conduisent à penser que les flux d'IDE dépassent, dans tous les pays, les statistiques issues des balances des paiements.

qu'entretiennent les firmes multinationales avec la géographie économique des territoires de localisation. Si jusqu'au milieu des années 1980, les variantes comportementales des firmes, eu égard à la nature (primaire, horizontale ou verticale)²³ de la stratégie de délocalisation adoptée, étaient très sensibles aux politiques étatiques plutôt restrictives dans l'accueil des IDE²⁴; il semble que "*les firmes globales peuvent être considérées comme disposant a priori, d'une liberté presque totale de choix des lieux d'implantation des activités*" (Rainelli, 1999, p.74). Outre le fait que les entreprises acquièrent, en recourant fréquemment à la commutation (délocalisation, relocalisation) de leurs unités de production au niveau mondial, un pouvoir d'émancipation vis à vis des espaces géographiques et économiques d'implantation; le recours massif aux diverses modalités d'alliances stratégiques (Combe et Mucchielli, 2001) attribue aux firmes une capacité à neutraliser l'importance de la variable localisation des investissements à l'étranger. D'ailleurs, cette dernière thématique associée à celles des économies d'agglomération a inspiré, au début des années 1990, la naissance d'un nouveau courant analytique qualifié de géographie économique (Krugman, 1991).²⁵

En définitive, la globalisation a généré une tendance croissante à la conception de stratégies impulsant progressivement les potentialités de déterritorialisation des firmes multinationales en desserrant le lien entre les IDE et les territoires d'accueil. Ces faits stylisés ont d'ailleurs profondément remodelé la dialectique fondée sur le pouvoir de négociation entre les firmes multinationales globales et les pouvoirs publics locaux. S'il apparaît assez clairement que celles-ci ont acquis une capacité à flexibiliser l'attitude des autorités étatiques ayant force de loi sur un espace géographique donné, il ne faut pas pour autant conclure à la désuétude de *la théorie du pouvoir de négociation* au regard de la vague

²³ Cf. *supra*, point I.2

²⁴ Cette réalité plaçait les firmes multinationales dans un rapport de dépendance vis à vis des lieux d'implantation géographique déterminés (Andreff, 1996b)

²⁵ En étant à l'origine de travaux spécifiques appliqués aux implantations à l'étranger des firmes multinationales, ce nouveau courant analytique impulse un renouveau de l'analyse conjointe de l'économie régionale et internationale.

de libéralisation et de promotion des IDE engagée depuis le milieu des années 80 et soutenue par les organisations internationales (Combe et Mucchielli, 1998). En effet, les restrictions juridiques aux IDE n'ont plus cours de nos jours dans les nations occidentales, tandis que les pays du Sud ont notoirement assoupli leur législation; mais il n'en demeure pas moins que les mesures juridiques ne rendent pas totalement compte du phénomène des obstacles aux IDE: bon nombre de pays (en Europe, en Asie comme en Amérique de Nord) ayant maintenu de facto des écueils aux investissements directs (normes de contenu local, protection des droits de propriété intellectuelle...) relevant des *Trade Related Investment Measures* (ou TRIMs).²⁶ De ce point de vue, la théorie du pouvoir de négociation appréhende justement ces restrictions comme le résultat d'un compromis entre les préférences des firmes multinationales et celles des territoires hôtes.

A la lumière de ces considérations, il reste à considérer l'hypothèse selon laquelle le territoire corse pourrait devenir un nouvel espace de polarisation des IDE dans la région euro-méditerranéenne.

3. QUELLE ATTRACTIVITE POUR LE TERRITOIRE CORSE DANS L'ESPACE EURO-MEDITERRANNEEN ?

Le territoire corse présente un certain nombre de spécificités géographiques, historiques, institutionnelles et fiscales qu'il convient d'évoquer au préalable de toute perspective analytique relative à son attractivité.

3.1. La contextualisation du territoire corse

Située au centre du golfe de Gênes, au cœur même de l'arc méditerranéen défini par l'Union européenne²⁷, l'île de Beauté a été érigée en collectivité territoriale de la république française par la loi du 13 mai 1991.

²⁶ Littéralement, les mesures concernant les investissements qui influencent le commerce international.

²⁷ La Corse est dotée d'une superficie de 8681 km² et déploie ses 1047 km de cotes sur 183 km de long et 84 km de large.

La Corse est ainsi dotée d'un statut particulier qui lui confère des compétences et des pouvoirs spécifiques concernant :

- le développement économique, la fiscalité, l'agriculture, la forêt, le tourisme, l'habitat, l'énergie, les transports, l'éducation, l'enseignement supérieur, la recherche, la formation professionnelle, les constructions solaires et universitaires et l'aménagement du territoire;
- la protection de l'environnement, le développement local;
- le développement de la langue et de la culture corses;
- la diffusion artistique et culturelle, l'enseignement artistique;
- la conservation des monuments historiques n'appartenant pas à l'Etat.

En outre, la Collectivité Territoriale de Corse (C.T.C.) dispose d'une compétence particulière avec le transfert de la voirie nationale dans son patrimoine (construction, aménagement, entretien et gestion de la voirie classée nationale) et se substitue à l'Etat pour la définition des grandes orientations et les modalités d'organisation des transports maritimes et aériens entre l'île et toute destination de la France continentale. Enfin, la C.T.C. est chargée de l'élaboration de deux documents essentiels :

- le Plan de développement, qui détermine les objectifs à moyen et long terme du développement économique, social et culturel de l'île, auquel sont associés deux outils de programmation financière : le Contrat de Plan Etat-Région (CPER) et le document unique de programmation (DOCUP) permettant la mise en œuvre complémentaire des crédits européens;
- le Schéma d'aménagement qui définit les orientations fondamentales en matière d'aménagement de l'espace, de protection et de mise en valeur du territoire insulaire.

De ce point de vue, eu égard aux handicaps liés à l'insularité et à une situation notoire de retard de développement, la Corse relève d'une zone européenne d'objectif 1 et bénéficie, à ce titre, des fonds structurels communautaires²⁸ tout en jouissant de deux dispositifs spécifiques : un système fiscal et une zone

²⁸ Le F.E.O.G.A. pour l'agriculture, le F.E.D.E.R. pour le développement économique et le F.S.E. pour la formation.

franche. Il entre moins dans notre analyse d'en dessiner les contours et d'en préciser les modalités que d'en apprécier l'impact sur le développement économique insulaire et sur l'attractivité du territoire corse.²⁹

Il convient néanmoins de souligner que les particularités fiscales de la Corse trouvent leur origine dans des textes qui datent du Consulat et du Premier Empire : les arrêtés Miot du 10.6.1801 et l'article 16 du décret impérial du 24.04.1811. Depuis, le législateur et la jurisprudence ont confirmé et amplifié cette spécificité. La loi n°94-1131 du 27.12.1994, portant statut fiscal de la Corse, a maintenu les dispositions antérieures et en a édicté de nouvelles destinées à favoriser les entreprises, en complément de la loi d'orientation et d'aménagement du territoire. Parmi les mesures les plus caractéristiques, citons les diverses exonérations financières relatives à :

- l'impôt sur les sociétés, concernant -sur une période de 8 ans- les entreprises créées en Corse après le 1.1.1988 et avant le 1.1.1999, dans les secteurs de l'industrie, de l'hôtellerie, du BTP et de l'artisanat;
- la taxe professionnelle : suppression des parts perçues au profit des départements et de la région, abattement de 25% sur la part destinée aux communes.

C'est dans un contexte d'activité économique exsangue et dans le droit fil du statut fiscal de 1994 que la Corse fut érigée en zone franche, pour une période de 5 ans, à compter du 1^{er} janvier 1997. Cette mesure, au spectre très large et original, combinée aux dispositifs existants s'est matérialisée notamment par l'exonération de bénéfices, de taxe professionnelle et de réductions de cotisations sociales.³⁰

²⁹ Le lecteur intéressé par la teneur du statut fiscal et de la zone franche relatifs à la Corse peut se référer à *la note de synthèse sur le système fiscal de la Corse* disponible sur le site Eurisles Corse : <http://www.eurisles.com/fiscalite/fiscalite/corse/fisc.htm>.

³⁰ Plus précisément, les entreprises ont bénéficié d'une exonération d'impôts sur les bénéfices (dans la limite de 400 000 francs par période de 12 mois), de taxe professionnelle (dans la limite de 3 millions de francs de base nette); tandis qu'au plan social, les cotisations patronales de sécurité sociales ont fait l'objet -pour les salariés du secteur privé employés en Corse- d'une ristourne de 1500 francs linéairement dégressive de 1 à 2 fois le SMIC.

Pour un coût annuel oscillant autour de 67,5 millions d'euros (environ 450 millions de francs), la zone franche insulaire a généré des résultats économiques assez contrastés. En effet, si cette dernière a pu constituer une véritable manne d'oxygène pour les entreprises locales soucieuses de reconstituer leurs fonds propres ralentissant notablement le cycle de dépôts de bilans; en revanche, force est de constater qu'elle n'a pas exercé l'effet d'attraction potentiel vers les investisseurs continentaux. D'aucuns prédisaient *a priori* l'inefficacité de la zone franche parce que celle-ci procédait d'une volonté unilatérale du chef du gouvernement français (A. Juppé) sans consultation des élus corses. Qu'en sera-t-il de la loi relative à la Corse, adoptée le 18 décembre 2001, instituant en particulier de nouvelles mesures fiscales et sociales en faveur de l'investissement (article 48), ainsi qu'un Programme Exceptionnel d'Investissement (PEI) (article 53) ?

3.2. Une politique publique d'attractivité territoriale en quête de fondement

Fruit d'une longue concertation programmée entre le gouvernement français dirigé par L. Jospin et les élus territoriaux insulaires, la loi relative à la Corse est entrée récemment dans les faits³¹. Au travers de cette circonstance exceptionnelle, un PEI a été adopté, pour une durée de 15 ans, afin d'aider la Corse à surmonter les handicaps naturels que constituent son relief et son insularité, et pour résorber son déficit structurel en matière d'équipements et de services collectifs. Les modalités de mise en oeuvre de ce dispositif exceptionnel ont fait l'objet d'une convention conclue entre l'Etat et la C.T.C., en coordination avec les objectifs du CPER et ceux de la programmation des fonds structurels européens. Le coût total du PEI (1,98 milliard d'euros : environ 13 milliards de francs) sera financé par l'Etat à hauteur de 70%.

Il appartient désormais aux élus à déterminer les objectifs de ce programme, à

opérer des choix pertinents en matière de développement, à apprécier judicieusement les besoins insulaires prioritaires tout en anticipant les évolutions de la Corse à long terme.³²

Deux principaux dangers guettent la mise en place de ce PEI: il serait dommageable d'une part, de raisonner dans une logique de saupoudrage des fonds obtenus; et d'autre part, de considérer ces derniers comme un complément au CPER et au DOCUP, sur des opérations déjà ciblées.

Bien au contraire, apparaissant comme un lieu privilégié du dialogue et des négociations entre la Corse et l'Etat, le PEI doit constituer l'ossature d'une politique publique d'attractivité du territoire corse. En d'autres termes, comment façonner, au sein d'une zone économique euro-méditerranéenne en pleine expansion, l'image d'un espace géographique insulaire susceptible de devenir un authentique lieu de polarisation des IDE, un véritable éden pour les firmes?

Pour susciter une décision d'investir, une politique publique ne doit pas se limiter à des mesures discrétionnaires favorisant l'implantation spécifique d'un type particulier d'entreprises, mais doit plutôt chercher à créer des conditions générales favorables (infrastructures matérielle et immatérielle) centrées sur les compétences des acteurs opérant sur le territoire, sans négliger les dynamiques productives émergentes des capacités d'organisation, d'innovation et de coopération.

³² Les grands axes du PEI devraient concerner les thèmes de développement suivants (en pourcentage des fonds alloués au titre du PEI) :

- modernisation des infrastructures routières, ferroviaires et portuaires (64%);
- amélioration des équipements collectifs liés à l'eau, à l'assainissement et à l'élimination des déchets (14,5%);
- amélioration des services collectifs et affirmation du rôle de lien social, de la culture et du sport (10%);
- développement des formations professionnalisantes, ancrage et ouverture de l'Université (4%);
- organisation de la production agricole en filière (1,5%)
- développement d'une logique de projet, de territoires de projet, valorisation des atouts exceptionnels en matière environnementale et énergétique, ouverture de la Corse sur l'extérieur (2% à répartir).

³¹ Le lecteur soucieux de connaître la teneur de cette loi pourra se référer au *texte adopté n° 751 «petite loi» ASSEMBLEE NATIONALE Constitution du 4 Octobre 1958 Onzième Législature SESSION ORDINAIRE de 2001-2002 18 décembre 2001 Projet de loi relatif à la Corse (Texte définitif).*

Il semble fondamentalement moins important d'attirer, aveuglement, des investisseurs étrangers, que de créer un contexte pour que ceux-ci se sédentarisent grâce aux coopérations établies avec l'entrepreneuriat local. Aussi, la construction de partenariats entre capitaux extérieurs et capitaux locaux, la promotion du dynamisme des entreprises insulaires font partie intégrante d'une politique publique contextuelle ou « environnementale » d'attractivité territoriale.

C'est dans cette optique qu'il convient de concevoir les nouvelles mesures fiscales et sociales en faveur de l'investissement prévues par la loi relative à la Corse. Le panel d'incitations, prenant le relais de la zone franche, instituée jusqu'au 31 décembre 2012 un plan d'aides fiscales, susceptible d'encourager l'investissement dans les entreprises et donc la création d'activités et d'emplois dans les secteurs prioritaires de l'économie insulaire.³³ Une logique de projet par opposition à une précédente « dynamique de guichet » devrait donc stimuler le développement économique corse.

CONCLUSION

La dynamique de la globalisation a généré de profondes évolutions structurelles modifiant ostensiblement la nature des firmes multinationales, la conception de l'Etat et la configuration des territoires. La notion d'attractivité territoriale revêt une importance d'autant plus majeure qu'elle reste naturellement ciblée sur la problématique du développement local (Pecqueur, 2000). L'aménagement et le développement durable du territoire suscitent un processus d'adaptation aux perspectives de l'économie globale. Comme l'a souligné la *Datar*, "la compétition

³³ Plus précisément, il s'agit d'une part, d'un crédit d'impôt, applicable aux investissements réalisés à compter du 1^{er} janvier 2002, comprenant un taux majoré de 20 % du prix de revient des investissements dans les secteurs prioritaires pour le développement de l'île (hôtellerie, restauration activités de loisirs, les nouvelles technologies, l'énergie, l'industrie, l'agriculture, la transformation et la commercialisation des produits agricoles, les services de conseil et d'ingénierie) et un taux de 10% pour les autres activités; et d'autre part, d'une exonération totale de la part communale de la taxe professionnelle durant 5 ans.

*mondiale impose la solidarité locale source d'économies externes. La compétition internationale renforce la vocation économique des bassins d'emplois qui se spécialisent progressivement dans des secteurs et des filières: l'Italie, l'Allemagne, le Danemark, ou les Etats-Unis ont ouvert la voie avec les districts industriels et les systèmes productifs locaux, dont la Silicon Valley est l'exemple emblématique. Créons en France des "territoires-entreprises".*³⁴ Cette profession de foi, au-delà de son rôle de slogan, renvoie intuitivement à un questionnement centré sur le concept d'offre d'implantation.

Le marketing territorial mobilise une diversité d'acteurs (mairies, conseils généraux, conseils régionaux, agences de développement...) susceptibles de contribuer à l'élaboration de l'offre, pour un projet de localisation d'une firme (Texier, 1999). La coordination des contributions des différents "offreurs" devient très vite problématique en raison de l'absence d'un protagoniste particulier du territoire, compétent dans l'organisation collective de l'ensemble des caractéristiques de l'offre d'implantation et capable d'impulser une approche globale de la notion d'attractivité territoriale. En d'autres termes, la distinction entre le choix du site et celui du territoire de localisation doit s'inscrire dans une démarche de réflexion d'ensemble de marketing territorial dans laquelle les autorités publiques, en charge du développement économique local, oeuvreront à mettre en place une structure légitime et coordonnatrice des diverses initiatives des acteurs (*ibid*, pp.1025-1027).

Comme nous l'avons précédemment souligné, le choix de localisation des IDE est moins déterminé par les coûts d'accès aux facteurs de production, les subventions et autres avantages fiscaux que par les capacités existantes, préalablement, dans le système productif dans lequel il est envisagé de s'implanter (capacités directes de production, mais également qualité spécifique de l'environnement). En économie ouverte, les déterminants des IDE résultent, en dernière analyse, de l'existence préalable de comportements locaux favorables à la production complexe et à l'évolution rapide, autant qu'à l'esprit d'entreprise classique: l'ensemble de ces caractéristiques dynamiques

³⁴ *Bulletin de la Datar*, n°165, mars 1999.

pouvant être agrégé sous le concept de compétences. Une politique publique d'attractivité territoriale ne peut donc plus se limiter à une série d'aides génériques apportées aveuglement à tout investisseur étranger susceptible de s'implanter localement. Bien au contraire, celle-ci doit envisager de construire et de promouvoir des avantages spécifiques pour le territoire : à savoir, façonner un environnement doté de règles incitatives et favorables à la coopération, à la formation continue et aux flux d'information diversifiés accessibles à tous.

Dès lors, il appartient aux élus insulaires d'orienter la Corse sur la voie d'un aménagement territorial harmonieux et d'inciter ses acteurs professionnels (structures de formation et entreprises) à une démarche qualité. Gageons que cette proposition ne relève pas d'un vœu pieux.

BIBLIOGRAPHIE

- ANDREFF W. (1996a), *Les multinationales globales*, La Découverte, Paris.
- ANDREFF W. (1996b), "La deterritorialisation des multinationales: firmes globales et firmes-réseaux" in A. BADIE et M.C. SMOUTS, eds, *L'international sans territoire*, L'Harmattan.
- ANDREFF W. (1997), "Les firmes multinationales et les pays associés à l'Union européenne" in D.GUERRAOU ET RICHEL X., eds, *Les investissements directs étrangers: facteurs d'attractivité et de localisation*, L'Harmattan, Les Editions Toubkal, Casablanca
- ANDREFF W. (1999), "Peut-on empêcher la surenchère des politiques d'attractivité à l'égard des firmes multinationales?" in A. BOUËT et C. LE CACHEUX, eds, *Globalisation et politiques économiques: les marges de manœuvre*, Economica, Paris.
- BALASSA B. (1961), *The Theory of Economic Integration* Homewood, Illinois.
- CHESNAIS F.(1994), *La mondialisation du capital*, Syros.
- COMBE E. & MUCCHIELLI J.L. (1998), "Le pouvoir de négociation entre FMN et pays hôte" in B. BELLON et R. GOUIA, eds, *Investissements directs étrangers et développement industriel méditerranéen*, Economica, Paris.
- COMBE E. & MUCCHIELLI J.L. (2001), *Economie industrielle contemporaine*, Points Seuil.
- DELAPIERE M. & MICHALET C.A.(1976), *Les implantations étrangères en Franc: stratégies et structures*, Calmann Lévy.
- DOZ Y. (1986), *Strategic Management in Multinational Companies*, Pergamon Press, Oxford.
- DROUET M. (1999), "Les pays d'Europe centrale et orientale face aux IDE: attractivité, enjeux" in GOUËSET V, eds, *Investissements étrangers et milieu local*, PUR, Rennes.
- DUNNING J.H.(1988), *Explaining international Production*, Unwin Hyman.
- FABRY N. & MAXIMIN B. (1997), "Les déterminants macro-économiques des IDE en Asie du Sud-Est: le cas du Japon et des Etats-Unis." in D. GUERRAOU ET RICHEL X., eds, *Les investissements directs étrangers: facteurs d'attractivité et de localisation*, L'Harmattan, Les Editions Toubkal, Casablanca.
- GUILHON B.(1998), *Les firmes globales*, Gestion Poche, Economica, Paris.
- KRUGMAN P. (1991), *Géographie and Trade*, MIT Press.
- LEVITT T. (1983), "The Globalization of Markets", *Harvard Business Review*, Vol. 61, n°3.
- MAIR A. (1991), *The just-in-time strategy for local economic development*, Working Paper n°4, Projet Just-in-time manufacturing and spatial changes in the automobile industry: an international comparison, Durham, Université de Durham, Département de Géographie.
- MARKUSEN J.R. (1995), "The Boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade", *Journal of Economic Prospective*, Spring.
- MICHALET C.A.(1997), *Strategies of multinationals and competition for foreign direct investment*, Foreign Investments Advisory Service, occasional paper 10, IFC and World Bank
- MICHALET C.A. (1998), *Le capitalisme mondial*, PUF, Quadrige.
- MICHALET C.A. (1999a), *La Séduction des Nations ou comment attirer les investissements*, Economica, Paris.
- MICHALET C.A.(1999b), "Un nouvel impératif de la politique industrielle dans la globalisation: l'attractivité" in A. BOUËT et C. LE CACHEUX, eds, *Globalisation et politiques économiques: les marges de manœuvre*, Economica, Paris.

- MUCCHIELLI J.L. (1998), *Multinationales et mondialisation*, Seuil.
- OMAN C. (2000), *Quelles politiques pour attirer les investissements directs étrangers? Une étude de la concurrence entre gouvernements*, OCDE, Collection Etudes du Centre de Développement.
- ONU (1999), *World Investment Report, Transnational Corporation, Market Structure and Competition Policy*, ONU, New York, Genève.
- PECQUEUR B. (2000), *Le développement local*, La Découverte & Syros, Paris.
- PORTER M. (1986), "Competition in Global Industries: a Conceptual Framework" in M. PORTER, ed, *Competition in Global Industries*, Harvard Business School Press, Boston.
- PORTER M. (1988), *L'avantage concurrentiel*, InterEditions.
- PORTER M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, Londres.
- RAINELLI M. (1999), *Les stratégies des entreprises face à la mondialisation*, Editions Management sociétés, Caen.
- SAVARY J. (1993), "European Integration, Globalisation and Industrial Location in Europe" in H. COX, J. CLEGG & G. IETTO-GILLIES, eds, *The Growth of Global Business*, Routledge.
- SAVY M. & VELTZ P. (1995), *Economie globale et réinvention du local*, DATAR, Editions de l'aube, Paris.
- SIROËN J.M. (2000), *La régionalisation de l'économie mondiale*, La Découverte, Paris.
- TEXIER L. (1999), "Une clarification de l'offre d'implantation en marketing territorial: Produit de ville et offre de territoire", *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°5.
- UNCTAD (1994), *World Investment Report. Transnational Corporation. Employment and the Workplace*, United Nations, New York & Geneva.
- UNCTAD (1995), *World Investment Report. Transnational Corporation and Competitiveness*, United Nations, New York & Geneva.
- VINER J. (1950), *The customs union issue*, Carnegie Endowment for International Peace.