

**Université Nanterre Paris-X**

**UFR de sciences économiques**

## **Thèse de doctorat de sciences économiques**

### **Construction d'un observatoire des investissements internationaux**

**Développement d'outils de veille sur les firmes multinationales, les  
projets d'investissement internationaux et l'attractivité territoriale à  
l'usage des agences de promotion de l'investissement**

**Présentée et soutenue publiquement en Juillet 2003**

**Par  
Fabrice Hatem**

**Directeur de thèse : Michel Delapierre  
Chargé de recherche au CNRS (Forum-Paris 10)**

Membres du jury :

Jean-Marie Chevalier, Professeur à l'Université Dauphine Paris-IX  
Charles-Albert Michalet, Professeur à l'Université Dauphine-Paris IX  
Jean-Daniel Tordjman, Inspecteur général des finances  
Bernard Yvetot, Directeur du développement, AFII

## Remerciements

J'ai bénéficié au cours de mon travail de thèse de l'aide de très nombreux collègues et amis.

Plusieurs responsables hiérarchiques ont tout d'abord créé au cours de ma carrière un climat professionnel propice à la réalisation de ces travaux. Qu'il me soit permis de remercier tout particulièrement Jean-Pierre Puig, Jean-Daniel Tordjman, Jean-Marie Chevalier, et plus récemment, Bernard Yvetot, Norbert Mimoun, Jean-Michel Simon et Benedict de Saint-Laurent.

J'ai également bénéficié très nombreuses discussions et échanges d'idées avec des collègues de travail et des experts du domaine, parmi lesquels je souhaite citer Jean-Paul Vaillant, Véronique Ledru, Fiorina Mugione, Karl Sauvant, Edouard Mathieu, Charles-Albert Michalet, Michel Viger et Laurent Manach.

Plusieurs étudiants ou jeunes professionnels m'ont assisté au cours de toutes ces années de travail, parmi lesquels je souhaite citer, entre beaucoup d'autres, Olivier Lagnel, Fabrice Defever, Géraldine Loulergue et Isabelle Saint-Côme.

J'éprouve enfin une reconnaissance toute particulière pour mon directeur de thèse, Michel Delapierre, qui m'a bien imprudemment suggéré d'entreprendre ce travail et a ensuite courageusement assumé la relecture de plusieurs manuscrits successifs de plus en plus volumineux.

## Résumé

Le développement de l'investissement internationalement mobile s'est accompagné d'un essor de l'activité des agences de promotion territoriales (APT) chargées d'attirer ces investissements vers un territoire particulier. Pour permettre à ces agences de travailler efficacement, il est nécessaire de développer des outils de connaissance du marché (stratégie des firmes, localisation des investissements, repérage des projets nouveaux, atouts et performances comparés des territoires). La thèse a pour objet de présenter un système, aussi cohérent et exhaustif que possible, de recueil, de stockage et d'analyse des informations pertinentes en la matière. Cet objectif suppose cependant que soient préalablement explicités les principaux concepts théoriques et statistiques qui sous-tendent cette approche.

On procédera donc, après avoir analysé le fonctionnement du « marché » de l'investissement international et détaillé les besoins en information des APT, à une évaluation des outils de mesure et d'analyse disponibles dans les trois domaines-clés : la connaissance du *client*, c'est-à-dire de l'investisseur ; la connaissance de *l'offre*, c'est-à-dire des territoires et de leurs atouts comparés ; enfin, la connaissance du *marché* des projets d'investissement, tant à des fins d'action commerciale immédiate que d'analyse stratégique. On tentera également de faire un bilan des pratiques actuelles des APT en matière d'utilisation concrète de ces outils pour orienter et éclairer leur action. Sur la base de ce diagnostic, on définira les caractéristiques générales des systèmes d'information qu'il serait souhaitable de mettre en place, dans leurs différentes dimensions : nature, recueil et mode de mise à disposition des données, bien sûr, mais également méthodes d'analyse économique répondant davantage aux besoins propres des APT.

On décrira ensuite la « boîte à outils » développée par l'auteur pour fournir aux APT une meilleure connaissance de leur environnement concurrentiel. Concernant tout d'abord l'analyse du *client*, on présente une démarche par enquête auprès des firmes multinationales, complétée par l'utilisation de méthodes originales d'analyse sectorielle, qui permet de dresser, à intervalles réguliers, un panorama des tendances de l'investissement international. Concernant la connaissance du *marché*, on décrit les caractéristiques et les premières utilisations d'une nouvelle base de données sur les projets d'investissement mobiles en Europe, qui permet à la fois de mesurer la taille de ce marché, globalement et par activités, et la position occupée par un pays particulier. Concernant ensuite l'analyse de la *position concurrentielle du territoire*, on décrit une gamme d'outils destinés à répondre à trois besoins essentiels : recueil et diffusion de l'information générale sur le territoire, diagnostic approfondi de ses atouts et de ses faiblesses pour une activité ou une technologie données, méthodes de comparaison permettant d'évaluer son attractivité relative pour un type de projet particulier. L'ensemble de ces outils étant destiné à produire de l'information utile, on présente systématiquement, non seulement leur philosophie générale, mais également l'état des résultats les plus récents auxquels leur utilisation a permis de parvenir. On conclut par une réflexion plus large sur les évolutions des systèmes d'information économique rendues nécessaires par le phénomène de globalisation.

L'université Paris X Nanterre n'entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions émises dans les thèses. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

## Sommaire

<b>Remerciements</b>	2
<b>Résumé général</b>	3
<b>Sommaire</b>	5
<b>Introduction générale</b>	9
1. Trois points de méthode	9
2. Présentation des travaux	12
<b><u>Chapitre 1. Globalisation, nouveaux enjeux de développement local et attraction des investissements internationaux</u></b>	17
1. La globalisation et ses conséquences multiformes...	18
2. Le territoire : une notion dont le contenu économique est difficile à saisir	32
3. Coopération et compétition entre territoires ou jeux d'acteurs inscrits dans l'espace ?	48
<b><u>Chapitre 2. Les agences de promotion : diversité, évaluation des pratiques et besoins en ORAI</u></b>	67
1. Le monde des APT : historique et situation actuelle	67
2. Une tentative d'évaluation normative des pratiques des APT	78
3. Les stratégies de marketing territorial et les besoins en ORAI associés	94
<b><u>Chapitre 3. Connaître l'investisseur et ses processus de décision – Principes d'analyse et de segmentation</u></b>	111
1. Les besoins en information des APT	112
2. Une approche globale des stratégies d'internationalisation	112
3. De l'entreprise intégrée pérenne au groupe fédératif instable	126
4. Degré d'internationalisation et d'intégration transnationale	130
5. Facteurs de différenciation liés à l'environnement concurrentiel	149
<b><u>Chapitre 4. Connaître l'investisseur et ses processus de décision – Outils pratiques de mesure et d'analyse</u></b>	155
1. Des outils d'information et d'analyse mal adaptés aux besoins des APT	155
2. Un exemple de démarche d'enquête auprès des firmes	168
3. Eléments de méthode pour une analyse par activité	187

<b><u>Chapitre 5. Mesurer et analyser les projets – Principes d’analyse et de segmentation</u></b>	221
1. Les besoins des IPA	221
2. Les différentes modalités de développement international et leur histoire	223
3. Rôle spécifique des différentes MDI dans le processus d’internationalisation	235
<b><u>Chapitre 6. Mesurer et analyser les projets : les instruments concrets</u></b>	253
1. Les ORAI traditionnels et leurs limites	253
2. Nouvelles approches pour l’information sur les marchés de l’investissement	262
3. Mise en place d’une base de données projets	282
<b><u>Chapitre 7. Définir, comprendre et quantifier l’attractivité territoriale – Principes méthodologiques</u></b>	307
1. Pourquoi mesurer l’offre et l’attractivité territoriale ?	307
2. Qu’appelle-t-on « offre territoriale » ou « attractivité » ?	308
3. Trois approches complémentaires de l’attractivité	313
<b><u>Chapitre 8 : Définir, comprendre et quantifier l’attractivité territoriale : outils pratiques de mesure</u></b>	327
1. Des ORAI pour l’instant insuffisants	327
2. Trois méthodes complémentaires	330
3. Les comparaisons inter-territoriales globales ou “macro”	332
4. Analyse de l’offre territoriale différenciée	359
5. Outils d’évaluation microéconomiques de l’attractivité	370
<b><u>Conclusion : Vers de nouveaux types de systèmes d’information pour les APT ?</u></b>	395
1. De la statistique publique nationale à l’intelligence économique globale	395
3. Principes généraux pour la mise en place d’un système d’observation	402
4. Mise en œuvre des principes dans le cadre de l’AFII	408
4. Conclusion générale	412
<b>Bibliographie</b>	413
<b>Plan détaillé de la thèse</b>	431
<b>Liste des tableaux et graphiques</b>	449

<b>Annexes</b>	455
<b>Annexe 1</b> : Liste de quelques acronymes	456
<b>Annexe 2</b> : Les nouveaux besoins en information sur les firmes multinationales	457
<b>Annexe 3</b> : Les sources statistiques sur les FMNS et leurs investissements	461
<b>Annexe 4</b> : Ambiguïtés de la notion de nationalité de la firme	465
<b>Annexe 5</b> : Lexique de quelques termes courants concernant l'entreprise	467
<b>Annexe 6</b> : L'entreprise : une notion apparemment simple qui recouvre des réalités diverses	471
<b>Annexe 7</b> : Les nouvelles théories de l'entreprise et leur utilité potentielle pour les APT	474
<b>Annexe 8</b> : Les principales conclusions du rapport du CNIS	477
<b>Annexe 9</b> : Ambiguïté de la notion de nationalité de la firme (suite)	479
<b>Annexe 10</b> : Les fonctions concernées par les projets d'investissement	485
<b>Annexe 11</b> : Questionnaire de l'enquête 2001-2002	488
<b>Annexe 12</b> : Analyse par région ou pays d'origine	492
<b>Annexe 13</b> : Résultats détaillés de l'enquête	504
<b>Annexe 14</b> : Nomenclatures d'activité retenues	510
<b>Annexe 15</b> : Liste des graphiques retenus pour la base AFII	511
<b>Annexe 16</b> : Contre-argumentaire impôts	513
<b>Annexe 17</b> : Argumentaire succinct « seven reasons »	517
<b>Annexe 18</b> : Regroupement du domaine « vaccinologie » par catégories principales	532
<b>Annexe 19</b> : Modèles animaux et ingénierie tissulaire dans la région lyonnaise	541
<b>Annexe 20</b> : Description des scénarios retenus pour l'étude sur la délocalisation de la confection	545
<b>Annexe 21</b> : Description des scénarios retenus pour l'étude sur l'électronique automobile	547
<b>Annexe 22</b> : Fiche descriptive sur ABB	552
<b>Annexe 23</b> : Comparaison des bases de données	555
<b>Annexe 24</b> : Présentation détaillée des étapes de l'enquête 2001-2002	567
<b>Annexe 25</b> : Comparatif des sites Web homologues de l'AFII	570
<b>Annexe 26</b> : Argumentaire sur l'immunothérapie du cancer à Lyon	574