



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

Mémoire de fin d'études
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques
Option : Economie Industrielle

Thème

**Les facteurs de localisation des entreprises
industrielles
Cas de la commune de Bejaia**

Réalisé par :
Mr. SAIDANI Massinissa
Mr. OUSSADI Kousseila

Encadré par :
Dr. MERADI Ouari

Membres du Jury :
Président
Examinatrice
Dr. MERADI Ouari : Rapporteur

2019/2020

Remerciements

Un mémoire est le fruit d'un travail de longue haleine. Qui nous apprend qu'individuellement on ne peut pas aboutir facilement à nos fins, et sans l'aide des personnes serviables on ne pourra pas aller de l'avant. Donc on remercie toutes les personnes qui y ont contribué de près ou de loin soient vivement remerciées.

On voudrait adresser notre remerciement en particuliers à notre encadreur Monsieur « Ouari MERADI » pour avoir accepté de suivre ce travail et de nous avoir soutenu avec enthousiasme en générant des réflexions et nous guider tout au long de l'élaboration de ce dernier. Ses conseils avisés et ses remarques pertinentes le long de notre parcours et nous ont orienté vers les bons choix, Sa disponibilité, sa confiance, ses encouragements et ses conseils Nous furent précieux.

On profite, également, de cette occasion pour remercier tout les enseignants, cadre professoral et pédagogique du département de la science économique pour la qualité de son enseignement, de son encadrement et de leur disponibilité.

Enfin, tout ce travail n'aurait pas vu voir son aboutissement sans l'encouragement et le soutien de tous les instants de nos familles et plus particulièrement de nos parents, nos profondes reconnaissances.

Dédicaces

Ce projet de fin d'étude est dédié à mes chers parents et qui m'ont toujours poussé et motivé dans mes études. Sans eux, je n'aurais certainement pas fait d'études longues. Ce projet fin d'études représente donc l'aboutissement du soutien et de l'encouragement qu'ils m'ont prodigués tout au long de ma scolarité. Où' ils en soient remerciés par cette trop modeste dédicace.

C'est un moment de plaisir de dédier cet œuvre à mon frère Rayan et ma grande sœur Dr Oussadi Sara en signe de reconnaissance et de gratitude pour le dénouement et les sacrifices dont ils ont fait toujours preuves a mon égard.

Et finalement à mes amis et spécialement à mon cousin Aimad (Paix a son âme) qui m'a toujours aider tout au long de mon parcours scolaire et qui n'a jamais cessé de me soutenir.

Kousseila OUSSADI

Je dédier ce travail a mon cher père (paix a son âme), ma chère maman, a tous mes frères et sœurs, mes nièces et neveu et a toutes la famille SAIDANI.

Massinissa SAIDANI

Résumé

Le but recherché à travers ce mémoire, est de présenter dans un premier temps, les principales théories de la localisation spatiale, ainsi que les modèles réalisés par les différents auteurs depuis les années 1800, ce chapitre nous permet de comprendre et de cerner beaucoup de notions de base traitant de l'espace. Dans son deuxième volet, ce travail apportera une modeste contribution pour comprendre et mieux cerner l'aménagement du territoire et la construction de certaines villes, et de leurs espaces urbains.

Mots clés : localisation, espaces, aménagement du territoire, entreprises.

Sigles et acronymes

CMED : Comité Mondial pour l'Environnement et le Développement

DATAR : délégation à l'aménagement du territoire

LATEC : Laboratoire d'analyse et de techniques économiques

MP : matière première, énergie, marché.

NEG : Nouvelle Economies Géographique

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PMI : Petite et Moyenne Industrie

R&D : Recherche et Développement

SNCF : La Société nationale des chemins de fer français

SPL : Systèmes Productifs Localisés

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----------|
| Introduction générale | 01 |
| Chapitre 1 | |
| Théories et modèles de localisation spatiale | 07 |
| Introduction | 08 |
| Section 1 : La relation entre l'économie et la géographie | 08 |
| 1.1. De la science économique vers la géographie | 08 |
| 1.2. De la géographie vers l'économie | 09 |
| 1.3. L'importance de l'espace pour les activités économiques | 09 |
| Section 2 : Théories de base de la localisation spatiale | 11 |
| 2.1. Théorie de localisation agricole de VON THUNRN | 11 |
| 2.2. Théorie de localisation de District industriel ALFRED MARSHALL | 12 |
| 2.3. Théorie de localisation industrielle d'ALFRED WABER | 12 |
| 2.4. Théorie de localisation de concurrence monopolistique d'HAROLD HOTELLING | 13 |
| 2.5. La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER et de LÖSCH | 13 |
| Section 3 : Les modèles de la localisation | 14 |
| 3.1. VON THUNEN et la localisation des activités agricoles | 15 |
| 3.1.1. La rente foncière selon VON THUNEN | 15 |
| 3.1.2. Les huit hypothèses | 17 |
| 3.1.3. Le modèle | 18 |
| 3.1.4. L'actualité du modèle de VON THUNEN | 23 |
| 3.2. Modèle de la localisation de District industriel MARSHALL | 24 |
| 3.3. Le modèle de la localisation industrielle d'ALFRED WEBER | 27 |
| 3.3.1. Postulats de l'analyse | 27 |
| 3.3.2. Les hypothèses du modèle | 28 |
| 3.3.3. Le facteur régional coût de transport et le triangle de Weber | 28 |
| 3.3.4. Les coûts de main-d'œuvre (facteur régional) | 31 |
| 3.3.5. Les dépassements et critique à la théorie D'ALFRED WABER | 31 |
| 3.4. L'analyse de HOTELLING pour la localisation | 32 |
| 3.4.1. La distance, élément stratégique de la localisation spatiale de HOTELLIG (1929) | 32 |
| 3.4.2. La loi de HOTELLING : hypothèses de base et modèle | 32 |
| 3.5. Modèle de WALTER CHRISTALLER et d'AUGUSTE LÖSCH | 34 |
| 3.5.2. Le marché et le point du profil maximum | 34 |
| 3.5.3. Le modèle des aires de marché d'August LÖSCH | 35 |
| 3.5.4. WALTER CHRISTALLER | 38 |
| 3.5.5. Le modèle des lieux centraux de WALTER CHRISTALLER | 38 |
| Conclusion | 40 |
| Chapitre 2 | |
| Les enjeux de la localisation des entreprises | 41 |
| Introduction | 42 |
| Section 1 : Notion d'espace Polarisée de BOUDEVILLE | 42 |
| Section 2 : Historique du territoire | 43 |

| | |
|--|-----------|
| Section 3 : Territoire et système de réseaux | 46 |
| Section 4 : Définition d'un facteur de localisation | 46 |
| Section 5 : Les types de localisation | 47 |
| Section 6 : Définition d'une décision de localisation | 48 |
| Section 7 : Les modèles théoriques de localisation | 49 |
| 7.1. Les théories classiques | 49 |
| 7.2. Les économies d'agglomération | 50 |
| Section 8 : Aménagement du territoire | 54 |
| 8.1. Notion du système territorial | 55 |
| 8.2. Les composantes d'un territoire | 56 |
| 8.3. Les acteurs de l'aménagement du territoire | 57 |
| 8.3.1. Les populations | 58 |
| 8.3.2. Les comportements démographiques | 58 |
| 8.3.3. Les comportements sociaux | 58 |
| 8.3.4. Les comportements politiques | 58 |
| 8.4. La mise en valeur des territoires | 59 |
| 8.5. Les instruments de la politique d'aménagement du territoire | 61 |
| Section 9 : Le district industriel | 62 |
| Section 10 : Le Système Productif Localisé (SPL) | 63 |
| Section 11 : Le district innovateur | 66 |
| Conclusion | 68 |
| | |
| Conclusion générale | 70 |
| | |
| Références bibliographiques | 71 |

Introduction générale

L'étude des localisations industrielles a été longtemps négligée par les économistes. Au XIXe siècle, on ne peut guère signaler de travaux importants, alors que les problèmes soulevés par l'agriculture donnent déjà lieu à de riches interprétations. C'est Richard CANTILLON dans son *essai sur la nature de commerce en général* qui a étudié l'impact d'un marché sur la transformation des villages en bourges. Les études ultérieures intègrent la localisation spatiale des activités humaines sous formes de modèles mathématiques. L'exemple type dans ce cadre est sans doute celui de la localisation agricole, de Johann Heinrich VON THUNEN élaboré en 1826, qu'on peut situer la naissance de la théorie de la localisation, ou il explique la localisation optimale des activités agricoles, et également celui de la localisation industrielle de WABER élaboré en 1873 le premier modèle de localisation industrielle et pense que la meilleure localisation est celle qui minimise les coûts de production. Sortir de l'idée que l'espace n'est qu'un point de vente, et de la vision étroite que ce dernier (espace) est stérile, était plus qu'une obligation. Depuis 1900, la situation s'est renversée. Les publications relatives à la répartition des fabrications, à la constitution de régions ou de complexes industriels, se sont multipliées ; elles sont bien plus nombreuses que celles qui intéressent le monde économique rural.

En (1890), Alfred Marshall retient deux causes qui prévalent à l'installation d'entreprises sur un lieu particulier : Les causes internes au territoire (climat, matières premières) et externes (spécialisation des artisans, demande de qualification des mains-d'œuvre).

AUGUSTE LÖSCH (1940) va plutôt considérer l'hypothèse de la maximisation des profits, Il montre que c'est la demande qui constitue la variable spatiale fondamentale. Selon lui c'est le point de profit maximum qui doit être pris en compte au lieu du coût minimum. Les travaux de LÖSCH qui s'assimilent à ceux de PALANDER sont d'un apport véritable car ils nous permettent de comprendre que les entreprises ne se localisent pas sur un espace dans le but de minimiser leurs coûts mais bien plus pour accroître leur rentabilité.

L'évolution du système économique, marquée par une tertiarisation croissante depuis plus de trente ans, a participé au renouvellement des réflexions sur l'aménagement des régions, Les changements intervenus dans la structure économique, des villes se sont manifestés par

un mouvement croissant de périurbanisation¹ qui a favorisé l'apparition et l'accentuation d'hétérogénéités internes relatives au développement économique et urbain. Définie comme l'expansion urbaine aux abords immédiats des grandes villes, la périurbanisation telle que nous la connaissons aujourd'hui est apparue dès les années 1950 aux Etats-Unis et s'est généralisée au milieu des années 1970 en Europe. Perçue dans un premier temps comme la manifestation du renouveau urbain et de la dynamique des agglomérations, la périurbanisation soulève la question de l'inscription et du maintien des équilibres fondamentaux du développement urbain concernant l'emploi, l'habitat et les transports. Bien que les agents économiques effectuent des activités locales de production et de consommation qui ne nécessitent aucune dimension spatiale, les échanges se font sur une certaine distance, ce qui donne naissance à un coût (Thisse et Waliser, 1988). L'introduction du coût de transport dans l'analyse économique a donné toute sa substance à la compréhension des choix de localisation des agents. L'espace urbain de référence, qu'il s'agisse d'une ville, d'une agglomération², d'une région, se caractérise par la répartition des activités, des actifs et par des principes organisateurs de leurs relations. Les stratégies des agents quant à leur choix de localisation, effectués selon un arbitrage entre l'attractivité d'une zone et les forces centrifuges qui en émanent, participent ainsi à modeler et à organiser cet espace. La mondialisation a mis en évidence une transformation majeure de la production industrielle internationale, qui se matérialise par les mouvements de délocalisation-relocalisation des firmes. Cette situation a engendré le basculement du centre de production des pays de tradition industrielle vers les nouveaux pays industrialisés.

En s'appuyant sur les pratiques comme les décisions des firmes internationales de spécialiser la production ou sur la mise en place des chaînes internationales et la libéralisation des échanges, le processus de production qui découle de la mondialisation est désormais structuré en étapes. Les différents éléments de service sont dorénavant segmentés et externalisés, et le plus souvent confiés à des pays en voie de développement ayant construit un environnement attractif, susceptible de générer des économies d'agglomération et des économies de réseau pour les firmes. Dans l'analyse Behavioriste, la localisation est le résultat d'un processus de décision. L'information dont dispose le

¹La périurbanisation désigne le processus d'extension des agglomérations urbaines, dans leur périphérie, entraînant une transformation des espaces ruraux.

²Une agglomération urbaine se compose de la ville proprement dite et de sa banlieue ou du territoire densément peuplé situé hors de ses limites mais dans la zone adjacente

décideur est limitée et coûteuse. La rationalité limitée de la localisation est donc contrainte par ces coûts. Le choix optimal n'est plus qu'un choix «satisfaisant». Les différents déterminants de la localisation se retrouvent dans l'analyse de l'implantation des firmes multinationales, en six étapes :

- La prise de conscience est la première étape. Le pouvoir de persuasion³ des responsables doit faire prendre conscience à l'organisation de la nécessité d'aller à l'étranger. L'internationalisation des concurrents et le risque d'être distancé sont les stimuli essentiels ;
- La recherche du pays passe par une étude de faisabilité, dont le but est de déterminer la localisation optimale selon l'investissement désiré. Les critères de localisation sont classés en trois catégories : critères incontournables (ou intangibles), majeurs et mineurs ;
- La phase d'investigation se décompose en trois niveaux : le national, le régional et le local. Le choix s'effectue à l'aide d'une analyse «risque-pays» et d'une étude comparative entre plusieurs pays possibles. Les critères économiques, sociaux, techniques, géographiques constituent les critères «intangibles». Ils concernent notamment la stabilité politique, économique et monétaire, le climat social, la réglementation pour l'embauche, le rôle des syndicats dans l'entreprise ;
- Les modalités d'implantation : le joint-venture avec un partenaire local ou une autre firme étrangère, la prise de participation, la fusion-acquisition ou l'implantation ex-nihilo, en fonction de la concurrence, de la situation du pays d'accueil, etc.
- Le choix précis de localisation en fonction des informations spécifiques recueillies auprès des agences de développement, des autorités locales et des entreprises déjà implantées ;
- Le choix final : L'investissement puis l'extension. Une simulation de la rentabilité de l'investissement est réalisée. L'étape suivante est le développement des investissements à l'étranger. « Pourquoi là ? Et pas ailleurs ? » (Polèse, 1994), voici la question à laquelle ont tenté de répondre beaucoup d'auteurs concernant la localisation spatiale des entreprises, et qui a fait l'objet d'une vaste littérature théorique et empirique. L'entreprise qui cherche à se localiser va choisir une grande zone, un pays ou une région, une localité, en fonction d'un certain nombre de

³La persuasion est l'action d'amener quelqu'un à croire ou à faire quelque chose, « à la faveur d'une connivence », c'est-à-dire, sans recours à la force ni à ses substituts, menace, chantage, dilemme.

variables, dont la pondération dans les critères de sélection pourra évoluer. Mais il y aura toujours une recherche de compatibilité entre les caractéristiques du territoire d'accueil et celles de l'entreprise. Après avoir défini, à travers les analyses de certains économistes, quels peuvent être les principes fondamentaux de la localisation ? En passant par l'étude de la recherche d'une localisation optimale de la part d'une entreprise, et les différents facteurs de localisations qui définissent l'attractivité d'un territoire. Le choix de la localisation joue un rôle majeur dans les stratégies des firmes. Elles sont à la recherche de main-d'œuvre qualifiée, d'un marché potentiel, mais aussi d'infrastructures, d'une bonne accessibilité aux ressources et à la recherche des gains d'agglomération. En d'autre terme, elles cherchent une localisation optimale. En effet, la localisation des activités économiques est influencée par un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre et un même facteur peut exercer des influences différentes. Mais un seul facteur ne peut pas expliquer la localisation d'une firme (CLAVAL P, 1969).

La compétitivité⁴ de chaque entreprise repose sur un ensemble complexe de facteurs internes : pertinence du positionnement stratégique, nature et niveau des compétences détenues, qualité de l'organisation et de la gestion... Pour autant, la compétitivité d'une entreprise ne se construit pas en circuit fermé. Les relations qu'une firme entretient avec son environnement peuvent venir renforcer, ou au contraire amoindrir, les facteurs internes de compétitivité. Ces facteurs sont d'ailleurs souvent difficiles à considérer comme étant totalement indépendants de l'environnement de l'entreprise.

Cet environnement, qui présente de multiples facettes (économiques, sociales, juridiques, culturelles...), est le support de relations directes et indirectes avec de nombreux acteurs (clients, fournisseurs, organismes de recherche et autres institutions publiques...).

Si cet environnement implique simultanément plusieurs échelles spatiales, le (ou les) territoire(s) de localisation peut (peuvent) se révéler particulièrement important(s) à la fois comme point d'accès à des ressources et comme espace de coordination, c'est-à-dire de mise en relation privilégiée avec d'autres acteurs. Ainsi peut-on faire l'hypothèse que, du point de vue de l'entreprise, tous les territoires ne se valent pas : certains peuvent

⁴La compétitivité économique désigne la capacité d'un secteur économique, d'un territoire (pays, bassin économique...), d'une entreprise, à vendre et fournir durablement un ou plusieurs biens ou services marchands sur un marché donné en situation de concurrence.

contribuer de manière significative à la formation de ses avantages compétitifs, alors que d'autres sont source de handicaps. Les entreprises suffisamment mobiles intègrent l'exploitation de cette différenciation des territoires dans leurs stratégies de compétitivité. Les performances économiques d'un territoire dépendent alors, à qualité de la spécialisation donnée, de sa capacité d'attraction de ces firmes mobiles. Les entreprises caractérisées par une faible mobilité se révèlent quant à elles particulièrement dépendantes des caractéristiques de leur territoire de localisation. Celui-ci pourra, selon les cas, soutenir ou au contraire affaiblir leur compétitivité, selon la nature de ses ressources et la spécificité de leurs besoins. Ainsi, les performances économiques d'un territoire reposent également, à spécialisation et à degré d'attractivité donnés, sur l'ampleur du soutien qu'il apporte aux entreprises immobiles localisées sur son sol, soutien dont dépend la pérennité du tissu d'entreprises indigènes et la propension des entreprises qui le composent à se développer. La nature des relations qui lient les firmes aux territoires constitue donc un déterminant important des performances économiques de ces derniers.

L'objet d'étude choisi, tel qu'il vient d'être succinctement défini, est un sujet de recherche dans de nombreux champs disciplinaires. Nous délimiterons donc de manière précise notre angle d'approche en gardant toutefois à l'esprit qu'une vision pluridisciplinaire est nécessaire.

Pour cela, nous allons inscrire notre mémoire dans le champ de l'économie industrielle et de l'économie géographique. Nous mobiliserons le champ de l'économie industrielle et plus particulièrement les théories de localisation pour identifier les déterminants de localisation des entreprises (dans lesquels se jouent d'ailleurs des phénomènes d'agglomération modélisés par la nouvelle économie géographique) et l'économie géographique pour approcher la question en considérant l'effet de l'agglomération (métropole) sur cette logique de localisation. La nouvelle économie géographique combine à la fois :

- **Une approche macro-économique** des mécanismes de l'agglomération spatiale et des processus de répartition spatiale de la population et des activités, permettant notamment de répondre à des questions macro-économiques telles que: comment comprendre le processus d'agglomération des activités ? Quels sont les leviers de politique économique permettant d'améliorer l'attractivité des pays ? Quelles sont les régions gagnantes et perdantes de l'intégration en Algérie? (

- **Une approche micro-économique** portant notamment sur l'identification des facteurs de localisation des entreprises dans le cadre d'un équilibre général spatial avec rendements croissants et concurrence imparfaite.

Ainsi, pour Catin (2000, p. 5) « la nouvelle économie géographique apporte à la fois une tentative de synthèse sur les grands mécanismes de localisation, de concentration et de spécialisation spatiales et un cadre de modélisation privilégié pouvant lier théories micro et macroéconomiques »

Au cours de notre travail nous allons essayer de répondre à la question principale suivante : quels sont les facteurs expliquant le choix de localisation des entreprises industrielles ? De cette question principale découlent quelques questions spécifiques :

Quel est le niveau d'attractivité des entreprises industrielles par le territoire de d'une zone donnée ?

Comment les facteurs d'attractivités territoriales influencent ils sur les stratégies de localisation des entreprises industrielles ?

Quels sont les facteurs indispensables pour le choix de localisation (hiérarchie de facteur) ?

Chapitre 1

Théories et modèles de localisation spatiale

Introduction

Ce chapitre a pour objectif de situer cette recherche dans un cadre plus général. Ainsi la localisation et les facteurs de localisation des entreprises sont abordés au sens large pour mieux faire ressortir les éléments de la problématique. Ceci favorise la compréhension de celle-ci dans un environnement économique. Dans cette perspective, la localisation est donc une composante importante de l'entreprise et l'entrepreneur. Cette partie vise tout particulièrement à faire, de la façon la plus exhaustive possible, un inventaire des modèles et des concepts sur la localisation des entreprises. Cette recension de la littérature permettra, en conséquence, de comprendre l'évolution des théories à travers les temps.

L'espace occupait dans la science économique une place réduite, bien que les phénomènes économiques aient toujours une empreinte spatiale. D'ailleurs, c'est à l'appui de cette réalité que les acteurs privés, comme les décideurs publics, accordent à cette notion une place de premier ordre dans leur choix de localisation.

L'espace est le support physique de toute activité humaine. C'est une variable qui influence intensivement toute démarche de localisation d'entreprises ou regroupement populaires.

Dans un premier chapitre, il sera question de faire le point sur les principaux travaux ayant étudié les relations cause-à-effet reliant l'espace à l'analyse économique. Dans cette perspective il est nécessaire d'illustrer les théories et les modèles réalisés par les précurseurs de l'analyse spatiale et de l'économie géographique. Dans le but d'identifier les facteurs qui influencent les démarches de localisation. *Source : MERADI, 2008, p. 11.*

Section 1 : La relation entre l'économie et la géographie

1.1. De la science économique vers la géographie

Cette analyse repose sur une définition de l'économie particulière ; l'économie est définie comme une science qui sert à analyser les phénomènes géographiques, spatiaux, c'est-à-dire tous les phénomènes qui ont une dimension territoriale, spatiale, ce qui peut signifier que l'économie est susceptible d'analyser tous les phénomènes. Dans la réalité, on peut

observer une certaine polarisation des activités économique, les entreprises ont tendance à se polariser dans des grandes unités urbaines.

Dans cette perspective, il faut noter que l'économie est une science qui cherche à faire des prédictions, c'est-à-dire à prévoir les comportements des ménages ou des entreprises.

1.2. De la géographie vers l'économie

Il s'agit là d'une approche alternative dans laquelle l'économie n'est plus considérée comme une science, et on va plutôt se consacrer à l'étude de la distribution des richesses dans l'espace géographique.

Ca se rapproche plutôt de la science géographique, et donc on s'intéresse à l'illustration de la distribution des activités productives sur le territoire national, sans chercher à en expliquer les causes.

1.3. L'importance de l'espace pour les activités économiques

L'espace est une source de défaillance du marché et lorsque le marché est défaillant alors l'intervention de l'Etat devient nécessaire (même pour les néoclassiques).
Monopole naturel : Situation dans laquelle une entreprise est toujours plus efficace que 2 ou 3 entreprises. Exemple : Tout ce qui est infrastructure réseau, la SNCF a besoin d'une infrastructure lourde qui est les rails, les gares. Si une entreprise veut concurrencer la SNCF, sans pouvoir utiliser le réseau ferroviaire actuel, elle est obligé de construire un autre et c'est plus couteux d'avoir 2 entreprises qu'une seule.

L'espace crée des imperfections qui conduisent habituellement à légitimer l'intervention publique et par conséquent, l'espace n'est pas économiquement neutre. Quelles sont ces imperfections créées par l'espace ?

- Les prix des facteurs et des biens sont diversifiés dans l'espace à cause de l'existence de coûts de transport ;
- Les agents économiques, l'information et les produits sont inégalement répartis dans l'espace. Il existe donc des inégalités spatiales ;
- Il existe des rigidités qui empêchent une parfaite mobilité des facteurs.

Exemple : Il existe des barrières à l'entrée, des frontières, la mobilité des travailleurs n'est pas complète.

L'espace remet donc en cause la concurrence, les entreprises ne peuvent en effet opérer qu'en un nombre limité de lieux ou de localisation. Quand les entreprises sont présentes en un lieu donné, elles ne sont pas toujours très nombreuses, ce qui remet en cause l'hypothèse de concurrence. Par conséquent, en raison de la dimension spatiale des activités économiques, les entreprises bénéficient en quelque sorte d'un pouvoir de marché sur les consommateurs les plus proches (Price-maker). A retenir : Le modèle concurrentiel est donc incompatible avec la notion d'espace et particulièrement avec la présence d'agglomération économique.

L'espace conduit également à repenser le concept de bien public pur Un bien public c'est un bien pour lesquels il n'y a pas de rivalité ni même d'exclusion par l'usage.

Se qui signifie qu'il est toujours possible d'ajouter un consommateur, et la qualité du bien et du service n'est pas touchée par le nombre de consommateur.

Exemple de bien public pur : La défense nationale : Tout français situé sur le territoire national bénéficie de la même défense nationale.

Néanmoins, la plupart des biens publics et des services publics ne sont disponibles que sous la forme d'équipement localisé. C'est-à-dire pour les exploiter, l'utilisateur doit se rendre sur place. Il y a donc des coûts de déplacement à supporter pour bénéficier de ce bien. Exemple : un hôpital universitaire régional, c'est l'endroit où il y a la plus forte concentration de compétence de la région, et par conséquent, si une personne veut bénéficier d'un service de pointe, elle doit se déplacer pour être opérée dans ce type d'hôpital.

Par ailleurs, l'augmentation du nombre de consommateur provoque des effets de congestion et engendre donc un cout social ou un coût pour la collectivité. Ca veut dire que la qualité du bien se dégrade avec le nombre d'utilisateurs. Les conséquences est donc les suivantes :

- S'il n'y a que des biens privés dans l'économie, alors le marché sous certaines conditions permet l'allocation optimale des ressources ;
- S'il existe des biens publics purs, alors cela légitime l'intervention de l'Etat dans l'activité économique ;
- Et s'il existe des biens publics locaux, le marché ne fonctionne pas, et pour autant ça ne légitime pas complètement l'intervention de l'Etat.

Pour toutes ces raisons, l'espace crée des imperfections, l'espace n'est pas neutre et sa prise en compte est indispensable pour bien comprendre les phénomènes économiques. Source : livres de Jacques-François Thisse et Masahisa Fujita.

Section 2 : Théories de base de la localisation spatiale

Traduisant une pensée bien ancrée au XVIII^e siècle, RICHARD CONTILLON construisit une représentation de l'économie dans l'espace, parce que s'imposait à lui l'idée que l'organisation spatiale des activités était un aspect incontournable du fonctionnement d'une l'économie. Les toutes premières pages de son essai décrivent la forme majeure et universelle de cette organisation spatiale : l'agglomération des hommes, villages, bourges, villes et capitales regroupent les agents économiques et cette représentation spatiale, résulte à la fois des lois économique et des comportements. (Huriot, Perreur, 1992) .source : LATEC(laboratoire d'analyse et de technique économique)

2.1. Théorie de localisation agricole de VON THUNRN

En 1826, VON THUNEN publie un ouvrage intitulé *l'Etat isolé dans ses relations avec l'agriculture et l'économie nationale*. Il restera le premier ouvrage à avoir exposé une véritable théorie de l'économie spatiale, Il a tenté d'y expliquer la localisation des activités agricoles.

Il élabore un modèle où *le seul facteur de structuration de l'espace est constitué par la distance des terres au marché* (AYDALOT, 1985, p. 29). L'apport des écrits de VON THUNEN est double. VON THUNEN considère que les coûts de production ne varient pas en fonction de la fertilité de la terre à l'inverse des travaux de Ricardo (1817). Il n'existe pas de rente de fertilité dans les travaux de Von Thünen. La rente a un caractère résiduel puisqu'elle résulte de la différence entre le prix de marché, auquel est vendu le produit agricole. A proximité du centre, la rente est maximale. Avec l'éloignement du centre, elle est progressivement réduite par les coûts de transport qui croissent jusqu'à s'annuler. La distance à laquelle la rente devient nulle, constitue la limite de l'aire de culture du produit. Il existe une localisation optimale identique pour toutes les activités agricoles autour de la ville-marché.

2.2. Théorie de localisation de District industriel ALFRED MARSHALL

Les districts industriels sont des systèmes productifs, géographiquement définis, caractérisés par un grand nombre de petites et moyennes firmes qui sont respectivement impliquées dans les différentes étapes concourant à la production d'un produit homogène. L'origine du terme district industriel a été trouvée dans la théorie MARSHALIENNE. Ces localisations particulières ne sont rien d'autres que des districts industriels et peuvent être interprétés comme des systèmes locaux définis par des propriétés sociales, économiques et territoriales. Pour expliquer la localisation de l'industrie MARSHALL se réfère tout d'abord aux avantages naturels qui ont trait aux conditions de l'offre et de la demande. Il que seule l'utilisation (avantages endogènes) que l'on en fait est primordiale. Ces avantages internes (ou économiques) sont la résultante d'une combinaison de nombreux autres facteurs scientifiques (religieux, culturels, politiques) pouvant être créés par une localisation industrielle en l'absence de grande firmes.

2.3. Théorie de localisation industrielle d'ALFRED WABER

La question de la localisation industrielle constitue en fait une partie du problème général de la distribution locale des activités économiques humaines. Dans chaque organisation économique et à chaque étape de l'évolution technique et économique, il doit y avoir non seulement un « comment » de la production, du transport et de la consommation, mais aussi un « quelque part ». On peut supposer qu'il existe toujours des lois qui déterminent non seulement ce « comment », mais aussi ce « quelque part ». ALFRED WABER (1909) élabore une théorie de la localisation industrielle. Pour WABER, la localisation optimale correspond à celle qui minimise les coûts de production. Sa théorie est fondée sur trois postulats de base. *Cette œuvre marque l'émergence d'une théorie de localisation industrielle. Le but recherché par WABER est de déterminer le point optimal de la localisation d'une unité de production, en précisant l'emplacement spatial qui permettra à l'entreprise de minimiser ses coûts de production, et en parallèle, de maximiser ses profils. Au cours du processus d'analyse des coûts, WABER a appris que certains coûts du coût total de production étaient directement influencés par des facteurs géographiques. Pour WABER Ces facteurs qui influencent la localisation sont en nombres de trois : le*

point minimum des frais de transport, facteur de force d'agglomération, et en fin la distorsion du travail au coût de la main d'œuvre. Les conditions géographiques varient d'un endroit à l'autre et influencent les coûts de production. Source: El-Bahith Review, 2016, p.9.

2.4. Théorie de localisation de concurrence monopolistique d'HAROLD HOTELLING

HOTELLING (1929 cité par PONSARD, 1988) cherche la relation entre la formation des prix d'un bien homogène, la dimension du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien. Le marché est représenté par un segment de droite. Les acheteurs y sont distribués uniformément⁵. Sous certaines conditions, dont le principal est l'inélasticité parfaite de la Demande, HOTELLING démontre que les localisations optimales des duopoleurs se situent toutes deux au centre du marché. Ce résultat est appelé « loi de HOTELLING » (PONSARD, 1988 ; FUJITA & THISSE, 1997). HAROLD HOTELLING met en point le modèle de la *concurrence monopolistique* localisé lors de la publication de son article *stability in competition*.

De sa part, l'économiste et statisticien américain, HAROLD HOTELLING, en 1929 a construit sa théorie de la localisation spatiale, au tour d'une question fondamentale selon laquelle « Quelle stratégie adopter pour maximiser les profits de ses deux entreprises ? ». En d'autres termes, HOTELLING (1929) cherche la relation entre la formation des prix d'un bien homogène, la dimension du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien. HAROLD HOTELLING met en point le modèle de la concurrence monopolistique localisé lors de la publication de son article *stability in competition*. Source : CAIRN.INFO

2.5. La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER et de LÖSCH

La Théorie des lieux centraux, produite dans les travaux de Christaller (1933) et de LÖSCH (1940), a pour objet la construction d'un paysage économique. LÖSCH va construire sa théorie à partir des critiques formulées sur le modèle de Weber. En effet,

⁵Uniformément de manière uniforme, qui ne présente pas de variation. De la même façon pendant toute sa durée. De la même façon dans toute son étendue. Conformément à un consensus, sans distinction particulière.

Weber considère une demande constante et ne prend pas en compte ses variations. LÖSCH va chercher non pas le point de moindre coût mais le point de profit maximum. Dans son analyse il intègre l'interdépendance des firmes. Son objectif n'est pas d'expliquer la localisation d'une activité économique, mais de montrer comment se met en place un système de localisation des activités économiques (MERENNE-SCHOUMAKER, 1991). LÖSCH a montré que même si le monde était une boule lisse, les localisations des activités économiques ne seraient pas dispersées uniformément. Les avantages économiques de la spécialisation et de la production de masse conduisent à des concentrations locales, mais qui sont limitées par la recherche des économies sur les frais de transport, lesquelles poussent à une certaine dispersion. Par une procédure complexe LÖSCH construit d'abord des réseaux de surfaces de marchés « hexagonales » pour chaque bien. Leur combinaison en système de réseau le conduit ensuite à élaborer une théorie des régions économiques. Enfin, ces systèmes régionaux sont eux-mêmes reliés en réseau de systèmes (ou réseau de régions). Ainsi, il construit une hiérarchie des lieux centraux, c'est-à-dire des agglomérations dont les tailles, les espacements et les zones d'influences sont déterminés (PONSARD, 1988).

Section 3 : Les modèles de la localisation

La notion de minimisation des coûts de transport dans le processus de localisation des entreprises industrielles a fait l'objet de nombreuses recherches en sciences économiques. Pour bon nombre d'auteurs, elle apparaît en réalité comme une solution au problème de localisation optimale des entreprises industrielles. Les travaux précurseurs du problème de minimisation des coûts de transport remontent à Thünen. Dans un contexte purement agricole. Les travaux de Thünen en 1826 visaient à répondre à la question suivante : la localisation des cultures obéit-elle à un modèle donné, à un schéma déterminé ? (Belhedi, 2010). Après le modèle de VON THUNEN, s'en est suivi d'autres modèles qui ont tenté dans la même lignée des travaux de Thünen d'expliquer les choix de localisation industrielle. Mais avant d'analyser ces différents travaux, il serait intéressant de présenter ce modèle précurseur aux problèmes de localisation industrielle.

3.1. VON THUNEN et la localisation des activités agricoles

Le premier travail qui utilise l'analyse économique pour comprendre la structuration ou l'organisation de l'espace et la localisation des activités date du début du 19^o siècle, et ce travail a été réalisé par VON THUNEN. Il procède à une analyse de type hypothético-déductive⁶. Il observe ce qui se passe autour de lui, s'appuie sur son expérience, et essaie d'en tirer des principes généraux sur la localisation des cultures agricoles. Le modèle proposé par VON THUNEN c'est un modèle original et en avance sur son temps. C'est le seul modèle de ce type au 19^o siècle et c'est le seul modèle qui ai pris en compte l'existence des couts de transport mais également l'existence de rendement croissants du à ces déplacements. Ce modèle a connu par la suite des prolongements jusqu'au 20^{ième} siècle et son intérêt principal réside dans le fait qu'il peut être généralisé et transposé au niveau de l'organisation micro spatiale ou d'un village, ou de la nation (macro spatiale). Ce modèle étudie la structuration de l'espace autour d'un point central et plus particulièrement la structuration de l'espace agricole autour d'une ville. Donc l'objet du modèle c'est de répondre à la question : comment vont se répartir les cultures sur un territoire agricole structuré autour d'une ville centre qui est le marché unique pour l'ensemble des biens produits.

Donc l'objet du modèle c'est de répondre à la question : comment vont se répartir les cultures sur un territoire agricole structuré autour d'une ville centre qui est le marché unique pour l'ensemble des biens produits.

3.1.1. La rente foncière selon VON THUNEN

Dans une économie de marché, c.-à-dire si les prix se fixent librement et s'il n'y a pas de distorsion du fait de l'intervention de l'Etat, la rente que procure un terrain reflète les décisions de localisation des agents. Donc lorsqu'un agent (entreprise ou ménage) achète un terrain (en en payant le prix), il achète une localisation. Le prix payé reflète donc la valeur attribuée au terrain et aux avantages que l'agent économique pense tirer de cette localisation. Donc le concept de rente provient du fait que l'offre de terrain est inélastique. Il n'ya qu'un seul terrain à un endroit donné.

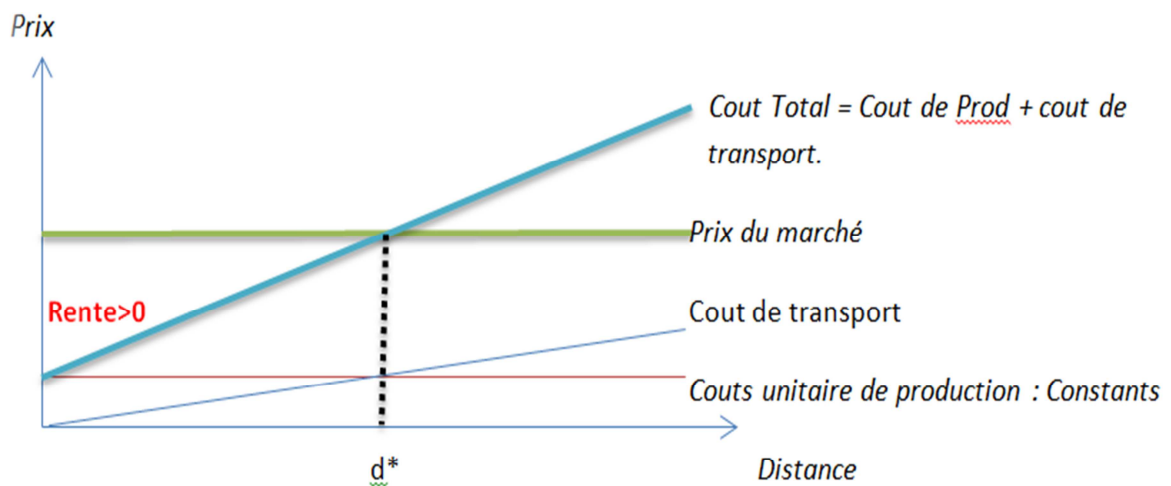
⁶Hypothético-déductive est une méthode scientifique qui consiste à formuler une hypothèse afin d'en déduire des conséquences observables futures (prédiction), mais également passées permettant d'en déterminer la validité.

Ce qu'il faut retenir : Si un individu achète un terrain, sa localisation lui procurera une rente (rente de localisation) plus ou moins élevée selon l'endroit où elle est. Donc la rente foncière est due à la localisation unique du terrain. Cette notion de rente vient des économistes classiques, et en particulier Malthus et Ricardo.

Chez Ricardo, la rente est une conséquence des différences de fertilité des terres. Il considère que les coûts de production varient en fonction de la fertilité de la terre et donc que la rente provient de la différence entre le loyer payé au propriétaire et le revenu tiré de la terre.

Pour Von Thünen la rente ne dépend pas de la fertilité mais dépend des coûts de transport. Et pour Von Thünen, la rente est décroissante avec la distance à la ville centre. Par conséquent, pour Von Thünen, la localisation des cultures va se faire de manière à maximiser sa rente foncière.

Graphique 1 : Rente selon VON THUNEN



Source : François PLASSARD

VON THUENEN prend en compte les coûts de transport, mais suppose que les terres sont de qualités homogènes. En réalité, les agriculteurs sont confrontés aux deux facteurs : La qualité, et la distance ont une influence sur les recettes et les rentes foncières. La valeur foncière chez VON THUENEN n'est pas liée au travail de l'agriculteur mais uniquement

à la localisation des terres. La rente est le surplus accaparé par le propriétaire du sol et s'identifie au prix de l'utilisation des terres. Le prix du sol qui détermine l'usage de la terre alors que chez Ricardo c'est l'usage du sol qui en détermine le prix.

3.1.2. Les huit hypothèses

VON THÜNEN (1826) est appelé le père des théories de la localisation (PONSARD, 1988). Connu avec ses travaux sur l'explication des localisations optimales des activités agricoles. « La localisation optimale est telle qu'en tout point de l'espace la rente foncière est maximisée »

Va étudier son modèle dans un cadre purement agricole. Afin d'établir son modèle, il va simplifier la réalité. Son modèle d'affectation agricole repose sur un certain nombre d'hypothèses. Qui se présentent de la manière suivante :

1. La zone de production agricole est une plaine homogène, continue, et isolée du monde extérieur par un désert, fertile de manière identique sur toute sa surface, dotée de voies de communication équivalente dans toutes les directions. Donc pas de relief ni d'obstacles qui affectent les couts de déplacement ;
2. Au centre de la plaine, on trouve une ville représentée par un point. Cette ville c'est le marché de consommation pour la production agricole, et le marché des facteurs de production. Cette ville point concentre toutes les ventes de produit agricole et tous les achats de produits intermédiaires de l'agriculture. Par conséquent, Von Thünen ne se préoccupe pas de la structuration de la ville, ni de la limite entre ville et campagne ;
3. La qualité du sol et le climat sont identiques en tout point de cette plaine ;
4. Cet Etat est un Etat isolé et auto suffisant c.-à-d. pas de commerce international ;
5. Il n'y a pas de réseau routier et les transports se font en ligne droite entre le lieu de production et le lieu de commercialisation ;
6. La demande de produit agricole est déterminée par la population de la ville. Cette demande a une élasticité infinie par rapport au prix. Ce qui revient à dire que les prix sont déterminés de manière exogène dans le modèle (concurrence parfaite) ;
7. Les agriculteurs sont rationnels et optimisateurs et ils vont donc maximiser leur profit en arbitrant entre niveau de la rente foncière et cout de transport ;
8. Il y a un marché de location des terres et les propriétaires louent leur terre aux agriculteurs offrant la rente la plus élevée.

Si on admet que la récolte est vendue dans la totalité en ville qui regroupe l'ensemble des consommateurs, seul le cout de transport varie. Il dépend de la distance (d) qui sépare la ville des exploitations agricoles. On suppose que le cout de transport est une fonction linéaire de la distance dont la pente est négative : $T = ad$ ou (a) est le cout de transport par unité de distance. Pour sa part, la rente foncière (R) égale à la différence entre le prix de vente (p) supposé constant et le cout de production (c) qu'on suppose fixe. Source : LATEC.

3.1.3. Le modèle

La rente foncière correspond à la différence entre le prix de marché et le cout total de production qui comprend le cout de production au sens stricte, et le cout de transport entre le lieu de production et le lieu de commercialisation La rente foncière dépend donc de la distance entre les différents lieux de production et le marché.

A. on va noter p le prix de marché du prix agricole (Exogène)

B. c le cout de production unitaire (pour produire une unité de blé, ça coute c) (exogène)

C. t le cout unitaire de transport. (Exogène)

D. d la distance entre le lieu de production des produits agricole, et la ville (le point).

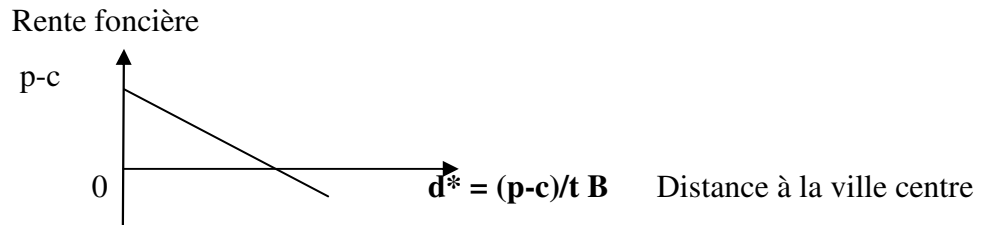
Donc la rente offerte par une localisation particulière s'écrit $R = p - c - td$

La rente est une fonction de la distance, on note $R(d) = p - c - td$

La rente est nulle quand $R(d) = 0$ quand $p - c = td$ c.-à-d. quand $d = (p-c)/t$

Si mon terrain est localisé à une distance inférieure à d , ma rente sera positive. Si mon lieu de production est à une distance supérieure à d , ma rente est négative et donc je ne peux pas produire. La rente est maximale quand $d = 0$, dans ce cas $R(d) = p - c$. On voit donc que pour un produit donné, la rente est une fonction linéaire décroissante de la distance au marché, et la pente de cette droite est égale au cout unitaire de transport (la pente c'est $-t$).

Graphique 2 : Evolution de la rente foncière selon la variation de la distance dans le cas du modèle de la localisation agricole de VON THUNEN



Source : réalisée par l'auteur François PLASSARD « Economie spatiale : Chapitre 1 : les mécaniques de l'espace », université Lyon 2, 1999-2000. P, 2.

Donc, la rente foncière $R = P - C - T = B - ad$ ($b = p - c = \text{constante}$) décroît linéairement avec la distance. Si $b = ad$ on aura $P = C + T$, alors dans ce cas la rente foncière s'annule. En d'autres termes, un coût de transport très élevé annulera la rente.

Dans ce cas de figure, on aura :

$$P = C + T$$

$$P = C + ad$$

$$d = (P - C)/a$$

Von Thünen considère que les coûts de production ne varient pas en fonction de la fertilité de terre. Elle correspond à la différence entre le prix de marché des produits et leur coût total comprenant le coût de production, le profit normal du fermier et les coûts de transport relatifs à l'acheminement des produits sur le marché.

Tableau 1 : Un exemple de trois produits agricoles

| Biens | Prix du marché p_i | Coûts de production c_i | Coûts de transport t |
|-------|----------------------|---------------------------|------------------------|
| A | 20 | 10 | 1 |
| B | 25 | 10 | 2 |
| C | 30 | 10 | 4 |

Source : réalisé par les auteurs.

Les propriétaires fonciers sont les bénéficiaires de cette rente. La rente est décroissante à mesure que la distance au marché s'accroît et que, corrélativement, les coûts de transport augmentent. L'aire de production est définie par la distance où la rente s'annule. Source : MERADI, 2008, p. 14

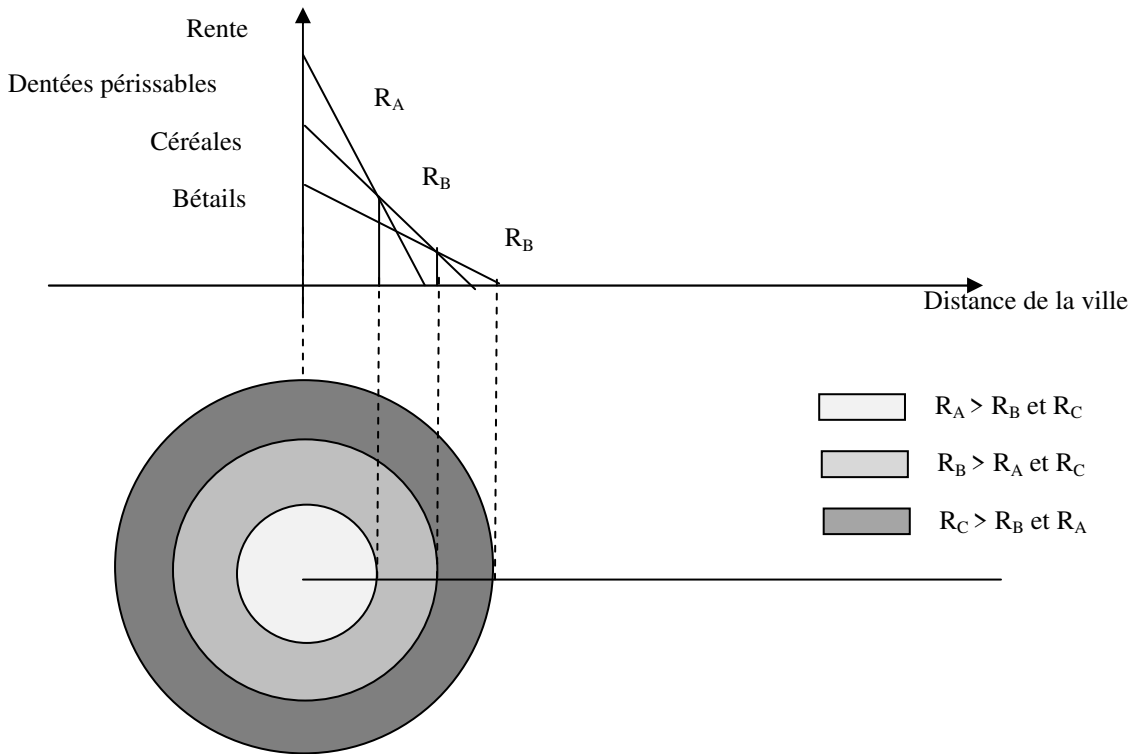
Pour chacun des produits, la courbe de rente unitaire est déterminée par l'équation suivante :

$$Y_1(d) = p_i - c_i - td$$

Le propriétaire foncier en maximisant sa rente détermine une localisation optimale des différentes cultures dans l'espace. La rente pour chaque bien est représentée par une droite décroissante dont la pente correspond à $-t$ et qui possède une ordonnée à l'origine égale à $p_i - c_i$. Ainsi pour chaque produit, la courbe de rente constitue un gradient de rente décroissant entre centre et périphérie. Chaque parcelle de terre est attribuée au produit qui offre la rente la plus élevée au propriétaire. Les trois cultures sont alors localisées en cercles concentriques⁷ autour du centre. La rente effective correspond à l'enveloppe des courbes de rente (schéma 1). Dans notre exemple, la culture du produit C est mise en place à partir du centre et dans un rayon de 2,5 kilomètres, le bien agricole B est produit dans une couronne de 2,5 à 5 kilomètres et le produit A succède au second jusqu'à une distance au centre de 10 kilomètres. Aussi, la rente foncière est-elle, d'abord, expliquée par la distance au centre. Puis par confrontation des courbes de rente de chaque produit, la localisation des différentes cultures agricoles est déterminée

⁷La concentricité est la propriété des objets qui sont concentriques, c'est-à-dire qui partagent le même centre. En géométrie, on parle par exemple de cercles concentriques pour désigner des cercles qui partagent le même centre sans avoir nécessairement le même diamètre

Schéma 1 : Localisation optimale de plusieurs cultures selon le modèle de VON THUNEN



Source : réalisée par les auteurs in Jérôme VICENTE, université de Toulouse 1.P ,12.

En généralisant ce résultat à plusieurs cultures, et prenant compte de la nature périssable de certains produits (lait, fromage, fruits...), VON THUNEN conclut que l'espace rural est hiérarchisé et possède une structure multicentrique, ou la production des produits périssable est localisé près du centre.

Exemple explicatif : ouvrage de j. M. HURIOT, « VON THUNEN : économie et espace ». Edition : Economica, paris 1994.

Afin de comprendre le modèle de la localisation agricole, on suppose l'existence de trois produits agricoles : A, B et C qui ont les caractéristiques suivantes

Tableau 2 : Exemple illustratif de la localisation agricole de trois produits selon le modèle des cercles concentriques de VON THUNEN

| | Prix de vente (P) | Cout de production C | Cout de transport par unité de distance (a) |
|-----------|-------------------|----------------------|---|
| Produit A | 120 | 80 | 20 |
| Produit B | 75 | 45 | 10 |
| Produit C | 30 | 15 | 04 |

Source : réalisé par les auteurs.

- (RA) représente la rente foncière réalisée par le produit A ;
- (RB) représente la rente foncière réalisée par le produit B ;
- (RC) représente la rente foncière réalisée par le produit C ;
- (d) est la distance du marché.

On aura donc :

$$RA = 120 - 80 - 20d = 40 - 20d$$

$$RB = 75 - 45 - 10d = 30 - 10d$$

$$RC = 30 - 15 - 4d = 15 - 4d$$

Supposant : $RA > RB > RC$:

$$\text{Cas : } RA > RB$$

$$RA > RB \iff 40 - 20d > 30 - 10d$$

$$10d < 10$$

$$d < 1$$

Commentaires :

On déduit que dans un cercle qui s'étend du centre (marché) à une unité de distance, la rente obtenue par la production du produit A est supérieure celle obtenue de la production du produit B. Par conséquent, cette surface sera consacrée totalement à la culture du produit A.

La frontière sépare le cercle de la culture du produit A et celle de la culture de produit B est déterminée lorsque $RA = RB$, les deux produits réalisent la même rente, c'est-à-dire $d=1$.

La rente obtenue de la culture du produit A s'annule au point $d=2$. Cela signifie qu'au-delà de cette distance, le coût de transport du produit A, devient excessif. Par conséquent, il faut abandonner sa production et opter pour la production du produit B.

Cas : $RB > RC$

$$RB > RC \iff 30 - 10d > 15 - 4d$$

$$6d < 15$$

$$d < 2.5$$

Commentaires :

On déduit que dans un cercle qui s'étend du centre (marché) à une unité de distance, la rente obtenue par la production du produit B est supérieure à celle obtenue de la production du produit C. Par conséquent, cette surface sera consacrée totalement à la culture de produit B.

La frontière sépare le cercle de culture du produit B et celle de la culture du produit C est déterminée lorsque $RB = RC$, les deux produits réalisent la même rente, c'est-à-dire $d=2,5$.

La rente obtenue de la culture du produit B s'annule au point $d=3,75$. Cela signifie qu'au-delà de cette distance, le coût de transport de produit B, devient très élevé et ne peut être couvert par la rente du produit C. Par conséquent, il faut abandonner sa production et opter pour la production de produit plus rentable

Dans le cercle compris entre 2,5 unités de distance et 3,75 la rente réalisée par la production de produit C est nettement supérieure à celle réalisée par la production de produit B. De ce fait, ce cercle sera consacré à la production de produit C. Source : O. MERADI, 2008, P, 16.

3.1.4. L'actualité du modèle de VON THUNEN

Les pratiques économiques de même que les conditions de transport ont considérablement évolué depuis l'époque de VON THUNEN et un certain nombre d'hypothèses posées par VON THUNEN ne sont plus valables aujourd'hui. Cela limite la portée du modèle de VON THUNEN pour décrire la structuration de l'espace économique agricole. Toutefois, le modèle de VON THUNEN reste un modèle très didactique, de grande valeur, qui montre l'effet du marché et de la distance sur l'occupation agricole du sol. Le résultat essentiel c'est que l'espace agricole se trouve organisé selon les coûts de transports et indirectement en fonction de la distance au marché. Le modèle de VON THUNEN conserve malgré tout une certaine actualité : On constate qu'à toutes les échelles, l'affectation du sol agricole

s'effectue selon des couronnes concentriques plus ou moins régulières, allant du centre vers l'extérieur.

Le meilleur exemple du modèle de VON THUNEN c'est le système de ceintures aux Etats Unis. On a un système de ceinture par rapport aux lacs aux états unis, avec le maïs, le coton, le blé. C'est un système de structuration de l'espace qui rappelle le modèle de VON THUNEN. Si on doit retenir une chose, c'est que VON THUNEN c'est un pionnier de la structuration de l'espace agricole, c'est le premier à avoir pris en compte la notion de distance (au travers des coûts de transport) pour expliquer la structuration de l'espace agricole c'est-à-dire comment vont se répartir les différentes cultures autour de la ville centre.

3.2. Modèle de la localisation de District industriel MARSHALL

L'économiste libéral Britannique, Alfred Marshall a largement contribué à la fin du 19e siècle à faire évoluer l'analyse économique du territoire. Il a ainsi élaboré des concepts qui sont devenus depuis quasiment autant de noms communs, comme « effet d'agglomération », « atmosphère industrielle » ou « district⁸ industriel » et bien d'autres. Bien que libéral, Marshall remet en question de cette façon la coordination par le marché propre aux économistes marginalistes⁹, il s'efforce de démasquer les défaillances du marché, sachant que dans la théorie néoclassique, l'espace est neutre, et n'a aucune influence sur les phénomènes économiques. Mais, il est aussi important de souligner que Marshall n'a pas seulement été un précurseur dans l'analyse économique du territoire, mais également de la firme. Il a ainsi fondamentalement contribué à replacer la firme dans un espace géographique donné et analysé les interactions entre ces deux entités. Marshall occupe très certainement une place particulière parmi les économistes comme le souligne Blaug (1981) selon lequel « Les principes de Marshall sont le livre le plus durable et viable de toute l'histoire de la science économique », pour souligner que « c'est le seul Traité de théorie économique du 19e siècle dont on vend encore des centaines d'exemplaires un siècle après » (Blaug, 1981 : 493). D'une certaine façon, dans la continuité des travaux généraux (non sur le territoire) de l'Ecole historique allemande, l'analyse du territoire par Marshall

⁸La notion de district industriel désigne un ensemble industriel, voire artisanal, composé d'un grand nombre de petites entreprises indépendantes les unes des autres qui sont spécialisées dans la même production

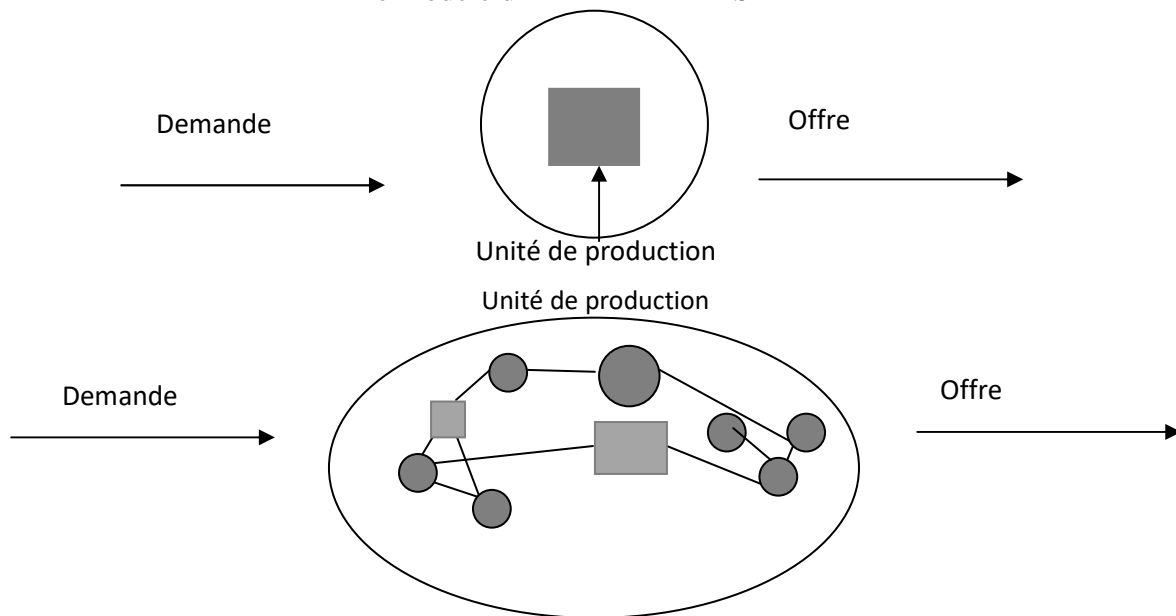
⁹En économie, le marginalisme est un courant essentiel de l'analyse libérale. Cet aspect de la théorie économique repose sur l'idée que la valeur économique résulte de « l'utilité marginale »

relève d'une vision historique du développement économique. En effet, « le district ouvre la réflexion sur les temporalités, les effets de mémoire, la dynamique de l'irréversibilité, en d'autres termes la dynamique de longue période » (Lecoq, 1993 : 205). L'apport de Marshall, par rapport au modèle standard des Néoclassiques, se situe à plusieurs niveaux. D'abord, le marché ne conduit donc pas indubitablement¹⁰ vers la satisfaction réciproque des protagonistes, comme le démontre le concept de « économies externes » ou « externalités » (positives ou négatives), développé par la suite par A. Pigou que l'on peut définir comme situation économique où un agent économique est favorisé (ou au contraire défavorisé) par l'activité d'un agent tiers sans qu'il ait à payer. Mais, aussi que les règles de la concurrence ne sont pas les seules règles qui régissent le fonctionnement du marché. Marshall remet en cause par cette position, l'analyse historique et géographique des Marginalistes. Il développe ainsi une analyse du progrès technique qui repose d'une part sur la « spécificité des ressources humaines qu'exprime la réalité d'un processus localisé d'apprentissage », d'autre part sur « un contexte organisationnel caractérisé par des interdépendances non marchandes et un mode d'organisation productive intra et inter-firmes de type coopératif. Ainsi, le processus d'innovation est entendu comme un processus collectif d'apprentissage séquentiel, qui relève d'une démarche créatrice spécifique à un contexte productif particulier » (Lecoq, 1993 : 207).

En 1890, ALFRED MARSHALL, dans son ouvrage *le principe de l'économie*, expose son modèle sur *le district industriel*. Il le définit comme un regroupement d'entreprises localisées dans une aire géographique unique. Cette concentration d'entreprise est accompagnée d'une concentration d'infrastructures locales. Ce regroupement est le résultat d'une existence d'une interdépendance et d'une interconnexion entre les entreprises activant, dans une même branche ou dans des branches complémentaires les unes aux autres. Le regroupement crée un environnement favorable pour une circulation fluide de l'information (les bienfaits de la communication augmentent un accroissement de nombres d'entreprises qui font circuler l'information et avec une proximité spatiale renforcée). Mais également et à travers son dynamisme, le système local de production devient un pôle d'attraction de la main d'œuvre qualifiée.

¹⁰Indubitable est un terme employé pour qualifier quelque chose qui ne peut être exposé au doute, qui est certain, dont la réalité est incontestable.

Schéma 2 : La formation d'un district industriel ou d'un système local de production selon le modèle d'ALFRED MARSHALL



Source : réalisée par les auteurs in Jérôme VICENTE, université de Toulouse 1.P ,13.

EN 1919, ALFRED MARSHALL, a démontré qu'un espace non doté de facteur naturel d'attraction, peut devenir dynamique grâce à l'effet d'externalité ¹¹ positive. A l'aide des facteurs de proximité spatiale et d'interconnexion fonctionnelle. La compétitivité s'intensifie et les entreprises innovent sans cesse leurs techniques de production, ce qui augmente leur besoin en main d'œuvre qualifiée. L'investissement intensif dans le perfectionnement des procédés de production améliore la production et favorisent des rendements croissants. Après la construction d'un district industriel, l'espace en question est valorisé. Les entreprises qui l'occupent le transforment d'un espace sans valeur apparente à un espace dynamique. Quand une nouvelle entreprise intègre un système local de production, elles provoquent une baisse des coûts de production (la proximité spatiale induit une réduction des coûts de transport) et un élargissement du nombre de produit offerts (une concurrence plus rude). Cela engendre une baisse des prix des produits encouragent les consommateurs à augmenter leur demande (effet amont). Afin de répondre à ce surplus de la demande, des producteurs vont investir d'avantage (effet aval). Les

¹¹L'externalité caractérise le fait qu'un agent économique crée, par son activité, un effet externe en procurant à autrui, sans contrepartie monétaire, une utilité ou un avantage de façon gratuite, ou au contraire une nuisance, un dommage sans compensation.

producteurs vont chercher la demande là où elle se trouve, on assiste alors à un accroissement de la tendance au regroupement et l'espace se valorisera de plus en plus. C'est l'effet d'entraînement. Caroline Champagne de Labriolle, université de Lyon1.

3.3. Le modèle de la localisation industrielle d'ALFRED WEBER

Alfred Weber (1868 – 1958) : Il est considéré comme le fondateur du modèle de localisation industrielle. Son objectif c'est d'expliquer le processus d'industrialisation qui a lieu en Allemagne au cours du 19^{ième} et 20^{ième} siècle, en s'intéressant en particulier à la production de fonte qui nécessite d'importantes quantités de matière première. Les recherches d'Alfred Weber s'inscrivent dans la poursuite directe de celles de Von Thünen. Il s'interroge sur la localisation optimale d'un établissement, lieu unique de production d'un produit ayant vocation à être écoulé sur un seul marché. Son apport principal tient à la prise en compte des intrants (ou inputs, matières premières) dont on suppose connaître l'origine. Par conséquent, dans son approche la localisation de l'unité de production se déduit de la minimisation des coûts de transport en provenance ou à destination de 3 lieux distincts qui sont :

- Le marché sur lequel le produit sera commercialisé
- Et 2 lieux d'où proviennent les inputs.

Il n'y a pas de solution analytique à ce problème de localisation mais Alfred Weber propose une méthode de résolution graphique et on verra que comme dans le modèle de Von Thünen, les coûts de transports auront une importance particulière.

3.3.1. Postulats de l'analyse

Sa théorie est fondée sur trois postulats de base (MERENNE-SCHOUMAKER, 1991) :

- a) Un grand nombre de matières ont une localisation spécifique, on ne peut pas les trouver partout (sauf l'eau et l'air considérés comme des matériaux ubiquistes que l'on trouve partout) ;
- b) Les marchés des produits finis sont localisés en certains points et la concurrence est parfaite (l'insertion de cette hypothèse est essentielle pour une meilleure modélisation du phénomène étudié, la localisation) ;

- c) Les bassins de main-d'œuvre sont localisés et peuvent offrir un nombre illimité de travailleurs à un certain taux de salaire. L'espace est totalement uniforme culturellement, politiquement et spatialement.

3.3.2. Les hypothèses du modèle

Le modèle d'Alfred Weber repose sur un certain nombre d'hypothèses :

1. La fonction de production de l'entreprise est à coefficient fixe. C'est-à-dire que les proportions données de chaque facteur pour produire une quantité donnée d'output sont fixes. Cela implique donc qu'il n'y a pas de possibilité de substitution entre les inputs, ni de possibilité d'économie n'échelle ;
2. L'espace est isotrope¹² : Il s'agit d'une plaine homogène sur tous les plans. Ça veut dire que la distance qui va compter c'est la distance à vol d'oiseau, je peux me déplacer dans n'importe quelle direction ;
3. On a des coûts de transport fixes qui sont proportionnels à la distance et au poids des marchandises transportées ;
4. L'emplacement des matières premières (inputs) est connu ;
5. Le lieu de marché (commercialisation du produit fini) est également connu ;
6. Les coûts de main d'œuvre sont constants et donnés. Ça veut dire qu'ils ne varient pas d'un endroit à l'autre de l'espace considéré.

Il s'agit d'une vision très simplifiée de la réalité. Weber procède alors à une autre simplification, en termes d'explication de la localisation optimale. En effet, pour Weber, le choix de la localisation dépend de la prise en considération de trois facteurs :

- Les frais de transports : ceux nécessaires pour amener les matières premières sur les lieux de production, mais également ceux nécessaires pour amener le produit fini sur le marché ;
- Le coût de la main d'œuvre ;
- L'intérêt pour l'entreprise de pouvoir bénéficier d'effet d'agglomération.

3.3.3. Le facteur régional coût de transport et le triangle de Weber

Le modèle de Weber est centré sur un triangle qu'il appelle le triangle PEM dont les trois sommets constituent les points minimums dont a besoin une usine. Le point P représente la

¹²L'isotropie caractérise l'invariance des propriétés physiques d'un milieu en fonction de la direction. Le contraire de l'isotropie est l'anisotropie.

matière première, le point E la source d'énergie et le point M le marché pour écouler les produits finis. En d'autres termes, les points E et P définissent les choix de localisation. S'il faut par exemple beaucoup de E que de P, on aura intérêt à se localiser vers E pour limiter les coûts de transports. Dès lors, la localisation optimale de l'industrie se situe au centre de gravité de ce triangle défini par les trois points du triangle et dont les sommets sont affectés par les masses correspondantes (a, b et c). On peut donc schématiser le modèle par l'équation suivante : $\text{Min } C = \text{Min } (aPx + bEx + cMx)$. Comme dans le cas de l'agriculture (Thünen), le coût de transport est supporté par le producteur contrairement aux services, l'espace est hétérogène quant aux ressources et au marché. La localisation optimale maximise le profit et minimise le coût global de transport. Elle est parfois appelée le point de Weber (Antoine Bailly et Hubert Beguin, 1982, 139). Afin de déterminer le point de minimisation des coûts totaux du transport, trois solutions sont préconisées : une solution algébrique, géométrique et mécanique.

Tableau 3 : Les facteurs explicatifs des choix de localisation, WEBER (1909)

| Facteurs explicatifs | |
|--|--|
| Inclus dans l'analyse | Non inclus dans l'analyse mais considérés comme importants par Weber |
| Coût de transport : - Des intrants ou les inputs depuis les sources d'approvisionnement - Des produits finis jusqu'aux marchés | Facteurs généraux : - Climat ; - Topographie ¹³ |
| Différentiels des Coûts de la main-d'œuvre entre localisations alternatives | Facteurs institutionnels (taux d'intérêt, niveau des impôts, qualité du management...) |
| Economie et des économies d'agglomération | |

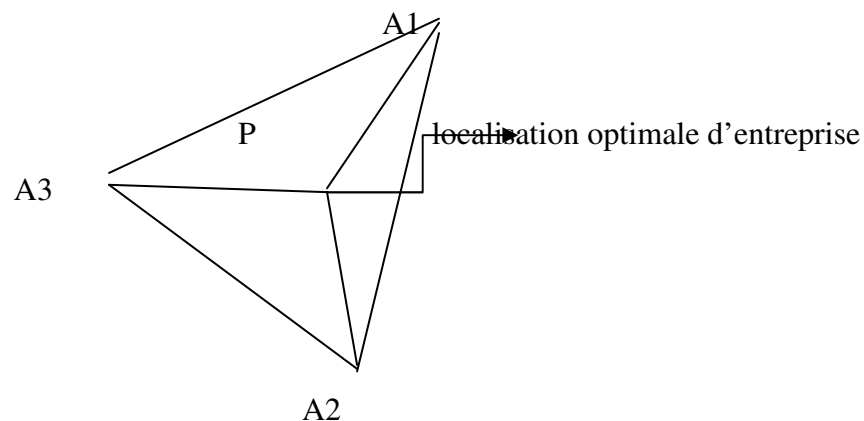
Source : D'après BLAUG (1996) et L'HARMET (1998) in BERTRAND SERGOT. (2004) : « Les déterminants de décisions de localisation : la création de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et de services », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 1, p. 44.

¹³La topographie est la science qui permet la mesure puis la représentation sur un plan ou une carte des formes et détails visibles sur le terrain, qu'ils soient naturels ou artificiels.

Weber retient donc une présentation originale qui consiste à étudier successivement les questions. Il recherche d'abord un point qui minimise les coûts de transport et il regarde quelles sont les conditions pour lesquelles cette localisation minimise aussi les dépenses de main d'œuvre et enfin il regarde dans quelle mesure l'introduction des économies d'agglomération modifient la localisation ainsi obtenue.

Pour arriver à cette solution, Weber se réfère à un modèle de mécanique qu'on appelle le modèle gravitaire (ou équilibre des forces). Les inputs et outputs ont le même coût de transport par km et poids, le lieu de production optimale est au centre du triangle. A une distance équivalente entre mes lieux d'approvisionnement et mon lieu de commercialisation (A1 et A2 lieu d'approvisionnement, et A3 lieu de commercialisation)

Schéma 3 : Le triangle de la localisation d'ALFRED WEBER



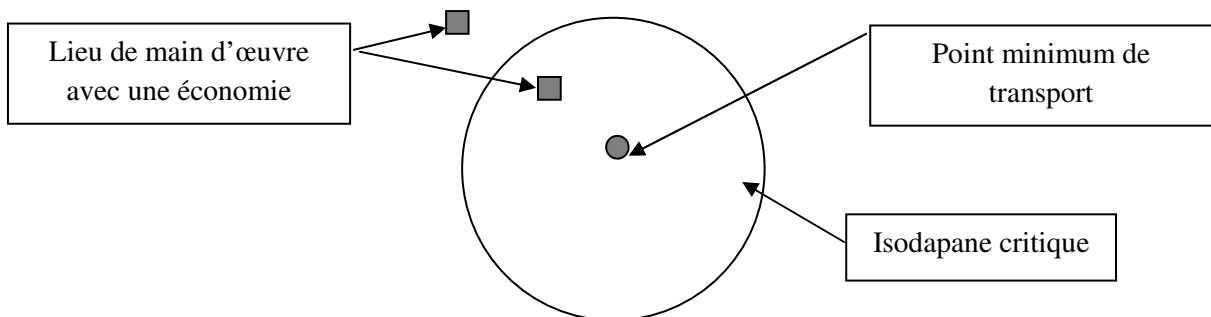
Source : réalisée par l'auteur in FRANCOIS PLASSARD, op. Cité. P, 8.

Afin de matérialiser l'impact des coûts de transport, Weber définit les iso vecteurs et les isodapanes qui permettent de définir la localisation optimale. Les iso vecteurs représentent les lignes d'égal coût autour de chacun des trois points, P, E et M. les isodapanes par contre expriment la somme totale des coûts de transport vers les trois points (E, M, P) et le point minimum représente le lieu optimal de localisation. Deux autres facteurs interviennent dans la détermination de la meilleure localisation après le coût de transport : la main d'œuvre et la force d'agglomération ou « agglomérative ».

3.3.4. Les coûts de main-d'œuvre (facteur régional)

La présence d'un bassin de main d'œuvre bon marché est susceptible de déplacer l'optimum de localisation obtenu sur la base des moindres coûts de transport dans le cas où les économies de main d'œuvre dépassent les coûts de transport occasionnés par le déplacement. L'isodapane critique est celle où le supplément de coût de transport annule les économies de main d'œuvre. La localisation optimale tenant compte des deux coûts se situe à l'intérieur de cette isodapane critique. Il s'agit donc de chercher le meilleur compromis entre les deux facteurs. En d'autres termes, la meilleure localisation sera guidée par l'arbitrage entre ces deux coûts.

Schéma 4 : Isodapane critique avec prise en compte du coût de la main d'œuvre



Source : réalisée par l'auteur in FRANCOIS PLASSARD, P, 9.

3.3.5. Les dépassements et critique à la théorie D'ALFRED WABER

Le modèle de localisation industrielle de Weber présente un schéma simpliste, or la réalité en elle-même est plus complexe. Ainsi, son modèle a présenté de nombreuses limites qui ont suscité plusieurs critiques à partir de nombreux travaux qui ont permis par la suite d'enrichir le modèle de Weber. On peut citer les travaux de Palander et Hoover qui sont ceux qui vont dans le même sens (i.e. dans une logique de minimisation) que Weber. Ceci dit, ils considèrent les hypothèses émises par Weber dans son modèle.

Edgar Hoover (1948) a critiqué l'hypothèse de la relation positive entre le coût de transport et la distance. Il décompose les coûts de transport en: importation des inputs de la production, de la production elle-même, et de la distribution des biens. Il conclut que les coûts de transport ne sont pas proportionnels avec la distance et le poids mais ils se différent selon la distance, la destination et la composition des bien transportés. Hoover se base dans sa réflexion sur les facteurs d'organisation (impôt local) qui peuvent avoir un

effet sur la décision de la localisation des firmes. Ainsi, la théorie de Weber ignore le facteur temps, mais elle reste parmi les théories ayant apportée des nouvelles idées. Dans ce sens, PREDOEHL (1925) a amélioré la théorie de Weber notamment ce qui concerne :

- L'impact du progrès technologique sur l'amélioration du réseau de transport et de la télécommunication et qui peut influencer le choix de la localisation en plus des moyens de production.
- Le principe de compensation ou de substitution entre les facteurs de la localisation industrielle.

3.4. L'analyse de HOTELLING pour la localisation

De sa part, l'économiste et statisticien américain, HAROLD HOTELLING (1929) a construit sa théorie de la localisation spatiale au tour d'une question fondamentale selon laquelle « Quelle stratégie adopter pour maximiser les profits de ses deux entreprises ? ». En d'autres termes, HOTELLING (1929) cherche la relation entre la formation des prix d'un bien homogène, la dimension du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien.

3.4.1. La distance, élément stratégique de la localisation spatiale de HOTELLING (1929)

HOTELLING est un économiste et statisticien américain considéré comme le père et l'initiateur de la concurrence spatiale. Sa préoccupation peut être résumée ainsi : « quelle stratégie adopter pour maximiser les profits de ses deux entreprises ? ». De façon générale, HOTELLING cherche à montrer la relation qui existe entre la formation des prix d'un bien homogène, la dimension du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien. Il pense pour sa part que la localisation des entreprises introduit une différenciation entre les biens.

3.4.2. La loi de HOTELLING : hypothèses de base et modèle

L'analyse de HOTELLING (1929) est fondée sur quelques hypothèses basiques avant l'établissement de la modélisation, à savoir :

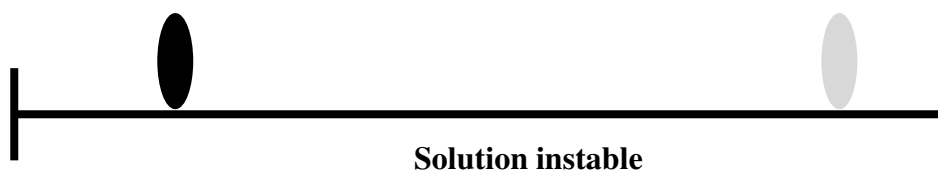
- a) Le marché est linéaire c'est-à-dire que, les vendeurs sont répartis sur le marché de manière homogène ;
- b) Le choix de la localisation concerne deux entreprises distinctes ;

- c) Les produits proposés sont vendus au même prix par les deux entreprises ;
- d) Le seul critère de choix pour le consommateur est la distance à parcourir jusqu'au vendeur le plus proche.

Puisque la question initiale de HOTELLING (ci-dessus) examine la stratégie optimale à adopter pour maximiser les profits de deux entreprises (A et B), il s'agit donc d'un marché de duopole. Pour répondre à une telle question, l'auteur a choisi ou a fait recours à la modélisation mathématique sous forme d'un problème de maximisation de profit par rapport aux prix, c'est-à-dire chaque entreprise cherche à maximiser son profit en fonction de son prix. Pour plus d'illustration, l'auteur a supposé que le marché est représenté par un segment de droite dont, les acheteurs y sont distribués uniformément, il s'agit donc de déterminer la localisation optimale sur ce segment, sachant que les managers de ces deux entreprises prennent des décisions confidentielles, en d'autres termes, selon le dictionnaire de la théorie des jeux, cette modélisation est proche à un jeu non-coopératif. Ainsi, selon l'hypothèse (d) annoncée ci-dessus, l'auteur a supposé que la demande soit parfaitement inélastique, ce qui signifie que la demande des consommateurs n'est pas sensible aux variations des prix. Pour assurer un partage équitable du marché, cette situation de duopole spatiale admet deux solutions :

- **Première solution** : les deux vendeurs partagent le marché rectiligne en trois tiers égaux, le premier vendeur se localise au bout du premier tiers et le deuxième au bout du second tiers, comme le montre le schéma ci-dessous :

Figure 1 : Un partage équitable du marché en trois tiers égaux

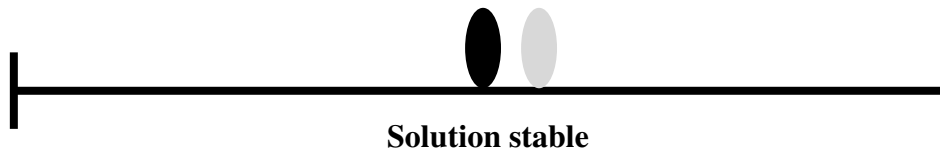


Source : réalisée par l'auteur in Jérôme VICENTE, op. Cité. P, 14.

De ce fait une fois localiser, chaque vendeur bénéficie, d'un monopole sur les acheteurs situés sur son aire d'influence, car ceux-ci ne peuvent supporter que des couts de transport relativement faibles. Cette position de force permet a chaque vendeur d'augmenter le prix de son produit.

- **Deuxième solution** : les deux vendeurs se localisent ensemble au centre du marché. Cette localisation optimale est recherchée par chaque vendeur. Puisqu'elle lui permet d'étendre son aire de marché. Source : O.MERADI, 2008, P, 24.

Figure 2 : Une localisation des deux vendeurs au centre du marché



Source : réalisée par l'auteur in Jérôme VICENTE, op. Cité. P, 14.

3.5. Modèle de WALTER CHRISTALLER et d'AUGUSTE LÖSCH

3.5.1. AUGUSTE LÖSCH

Regrouper tous les modèles d'analyse spatiale dans un seul modèle générale était l'objectif majeur d'AUGUSTE LÖSCH.

A la suite des critiques adressées à Weber, on compte également les travaux de LÖSCH qui se situent à l'opposé du modèle de Weber. Ce dernier pense non pas en termes de minimisation des coûts mais plutôt de maximisation de profit, tous les deux se situant dans une optique néoclassique.

3.5.2. Le marché et le point du profil maximum

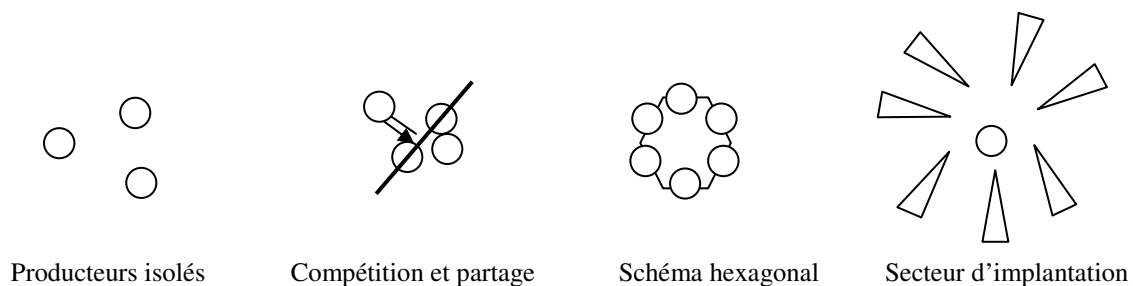
Une des principales critiques adressées à A. Weber est le non prise en compte de la demande considérée comme constante. LÖSCH (1940) montre que c'est la demande qui constitue la variable spatiale fondamentale. Le modèle de LÖSCH ne présente pas d'hypothèses car il part simplement du modèle de Weber pour expliquer ses travaux. Au lieu de chercher le point du coût minimum, LÖSCH va chercher le point du profit maximum tout en intégrant l'interdépendance des firmes. La localisation optimale est celle qui assure le profit maximum qui est l'écart entre le revenu et le coût global :

$$P = R - C.$$

La courbe de demande baisse du lieu de production jusqu'à un point donné F où le produit ne peut plus se vendre. Parallèlement, le prix (p) augmente avec la distance et la quantité demandée baisse. Le volume total des ventes est exprimé par le volume du cône produit

par la rotation de la courbe. Au début, plusieurs producteurs s'installent isolément laissant de vastes espaces non desservis mais la concurrence va jouer rapidement et va conduire à une couverture totale de l'espace selon une grille hexagonale. L'hexagone constitue la forme géométrique qui assure la meilleure couverture spatiale avec une très grande efficacité. La superposition de plusieurs grilles de différentes activités industrielles donne lieu à des coïncidences à certains lieux de production avec une certaine hiérarchie rappelant la théorie des places centrales. La régularité est rarement atteinte compte tenu des barrières, des frontières, de l'inégale répartition des ressources ou des densités...

Figure 3 : Paysage économique de LÖSCH pour la localisation



Source : DJINSU SIMO KEVIN, 2013. « Les déterminants de la localisation des entreprises industrielles dans la région du centre-Cameroun ». Mémoire pour le master 2 Gouvernance et Développement Economique. Université de Yaoundé II. P.33

3.5.3. Le modèle des aires de marché d'August LÖSCH

L'apogée de l'urbanisation en Allemagne entre 1930 et 1940 a poussé LÖSCH à s'interroger sur les mécanismes de formation des villes et des aires urbaines. En 1940 LÖSCH a publié un ouvrage intitulé « The economics of location », dans lequel, il fait une synthèse complète des travaux de ses prédécesseurs en analyse spatiale, et expose son modèle des « aires de marché ». Ce modèle repose sur les suivantes:

- Un espace géographiquement homogène ;
- Une répartition uniforme des matières premières ;
- Les consommateurs disposent d'une facilité de transport ;
- Une libre circulation des produits finis.

LÖSCH arrive à la conclusion conclusions suivantes, une interdépendance entre le prix, la demande et la localisation. L'entreprise choisit un endroit là où elle arrive à maximiser son profit. L'équilibre partiel de chaque producteur est la clé, pour réaliser un équilibre

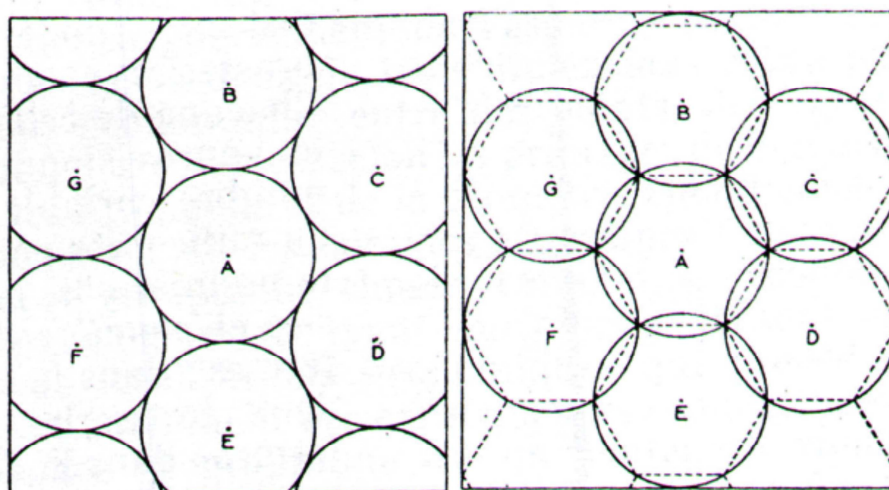
général sur un espace assez important et qui comporte plusieurs producteurs. Donc, le premier obstacle que LÖSCH doit surmonter est d'arriver à déterminer l'aire de marché de chaque producteur. Une localisation optimale de l'entreprise se fait en fonction de la répartition spatiale :

- Des facteurs de production (matières premières et travail) ;
- Des concurrents potentiels ;
- Des consommateurs.

Ces facteurs déterminants de la localisation de l'entreprise ne sont pas faciles à cerner, puisque eux mêmes dépendent d'autres facteurs (distance, coût de transport, prix de vente des produits finis et prix d'achat des matières premières, etc..)

La maximisation des rendements détermine la localisation des entreprises. Ou bien plusieurs entreprises se localisent autour d'un centre de consommation, ou bien se sont les consommateurs qui se regroupent autour d'un centre de production. Le premier cas correspond à la localisation agricole, et le deuxième à la localisation industrielle. LÖSCH démontre que l'étendue d'une aire de marché est inversement proportionnelle aux coûts de transport, et directement proportionnelle aux bénéfices réalisés par l'entreprise. De ce fait, l'aire de marché de chaque producteur est délimitée par un cercle, dont l'étendue est proportionnelle à la demande et au coût de transport.

Figure 4 : La délimitation des aires de marché dans le modèle de LÖSCH

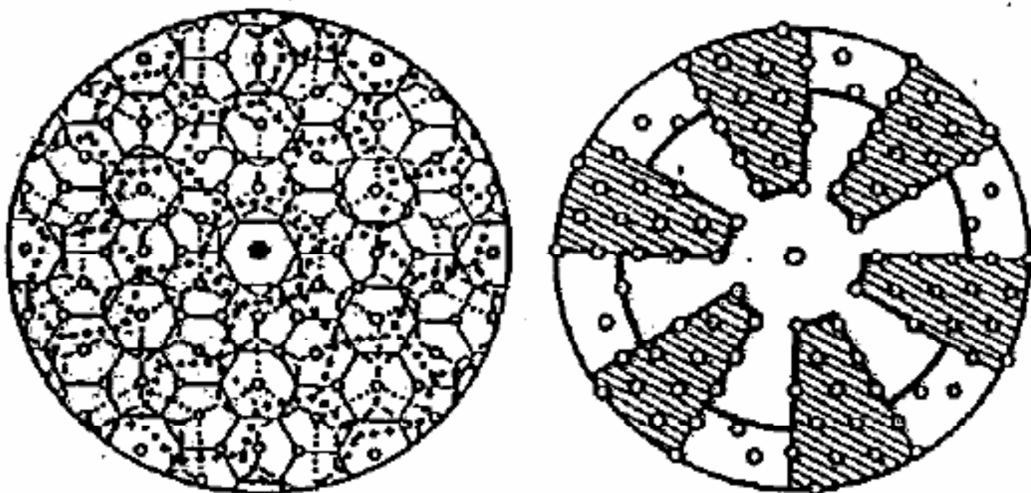


Source : Joseph LAJUGIE & al, op. P,

Lorsque d'autres producteurs se localisent, l'espace se divise en cercles et chaque cercle délimite l'aire de marché de chaque producteur. Une intensification du mouvement de localisation rapproche les aires de marché les uns des autres, jusqu'à ce qu'une aire de marché se colle à six autres. Mais ce regroupement laisse des vides, par conséquent, un certain nombre de consommateurs ne sont pas approvisionnés. Au fur et à mesure que la concurrence s'intensifie, ces vides seront comblés et les cercles se transforment en hexagones. Ces derniers ont une forme optimale, puisque ils couvrent tout l'espace et ils ont la forme géométrique la plus proche de celle d'un cercle. O. MERADI, 2008. P, 31.

LÖSCH explique la formation des centres urbains par un regroupement d'un certain nombre de facteurs comme La concentration des entreprises en un seul lieu afin de bénéficier des avantages de l'agglomération, Tirer profit des liens d'interconnexion qui existent entre entreprises hétérogènes, et enfin, *l'avantage d'être proche des sources : de matières premières, d'énergie, de main d'œuvre et du capital. En passant d'un seul produit à plusieurs produits, on obtient de nouveaux marchés, toujours de forme hexagonale, mais de tailles différentes.* Ces marchés sont localisés autour du centre de la ville. A partir de là, on peut mesurer l'importance d'une ville par le nombre d'hexagones centrés autour d'elle. LÖSCH constate qu'il y a deux catégories de zones : des zones dynamiques, regroupant un nombre important d'unités de production, et des zones pauvres concentrant un nombre limité d'unités de production.

Figure 5 : La formation des centres urbains et des régions selon le modèle des aires de marché d'AUGUSTE LÖSCH



Source : Stephen J. MEARDON

3.5.4. WALTER CHRISTALLER

La théorie des lieux centraux est connue à partir des travaux du géographe allemand WALTER CHRISTALLER (1933), pour expliquer la taille et le nombre des villes et leur espacement dans un territoire. Elle s'appuie sur une définition de la ville qui en fait essentiellement un centre de distribution de biens et de services pour une population dispersée, et sur des principes d'optimisation (qui tiennent compte des coûts de transport).

La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER est la première tentative d'explication systématique de l'organisation spatiale d'un système de villes à partir de principes économiques. Il cherche à démontrer qu'il existe une relation entre la localisation des villes et leur position dans la hiérarchie. Le modèle de CHRISTALLER s'inscrit dans la théorie des lieux centraux Central Places Theory développée par le géographe allemand WALTER CHRISTALLER au début du XXème siècle.

3.5.5. Le modèle des lieux centraux de WALTER CHRISTALLER

Après une étude approfondie sur l'organisation des régions du Sud de l'Allemagne, CHRISTALLER met en œuvre, en 1933, sa théorie des places centrales ou le modèle des « lieux centraux ». Avant de proposer son modèle, CHRISTALLER pose les postulats suivants :

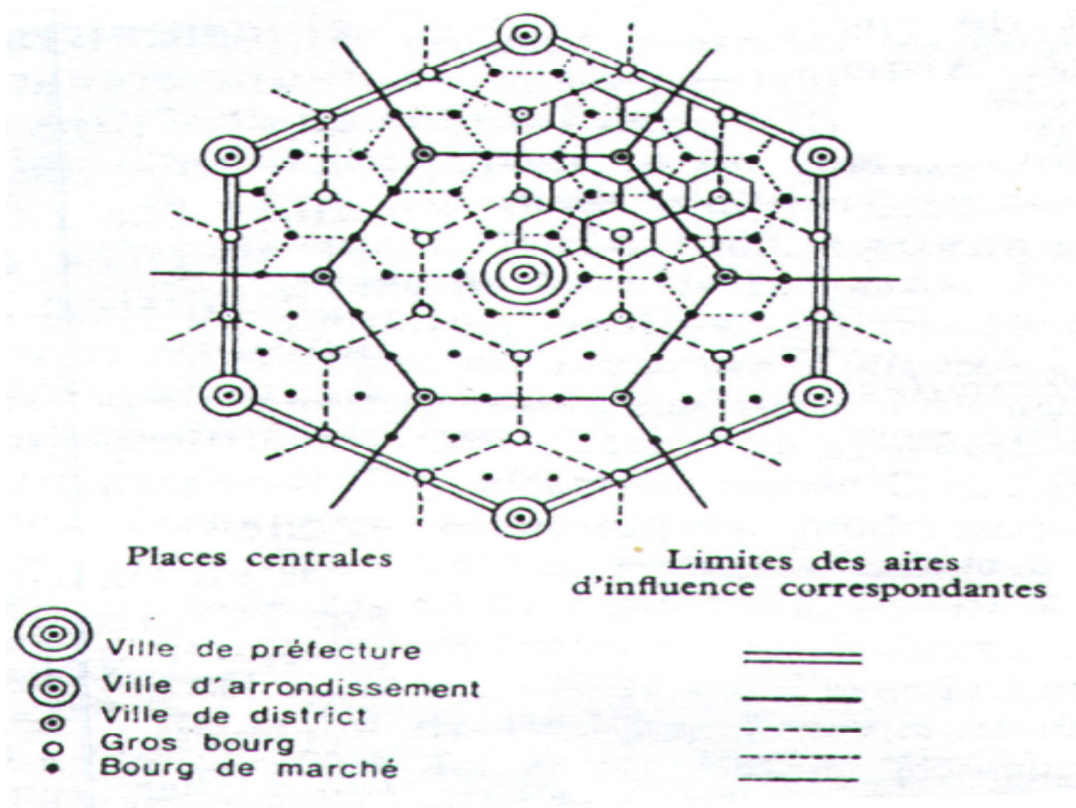
- 1) L'espace géographique est homogène (isotrope) ;
- 2) La population et les ressources sont uniformément distribuées ;
- 3) Les consommateurs sont identiques et rationnels¹¹ ;
- 4) Les prix sont fixés et aucun producteur ne peut réaliser de marge excédentaire (concurrence parfaite) ;
- 5) Les coûts de transport des biens urbains sont à charge du consommateur rural ;
- 6) Il existe des économies d'échelles dans la production (i.e. le coût de production de certains produits décroît avec la quantité produite) ;
- 7) Un lieu central de niveau t produit également des biens de niveau inférieur (dans un système de profondeur 3 (= 3) les lieux de niveau 1 produiront ainsi des biens de niveau 1, 2 et 3, tandis que les lieux de niveaux 2 ne produiront que des biens de niveau 2 et 3 et les lieux à la base de la hiérarchie ne produiront que des biens de niveau 3).

Les principes 3, 4 et 5 impliquent que les consommateurs vont minimiser les coûts de transport et privilégier les lieux centraux les plus proches. En ajoutant le principe 6

(existence d'économies d'échelles), on obtient un nombre limité de producteurs ravitaillant les consommateurs les plus proches. L'ajout des principes 1 et 2 entraîne alors que ces producteurs seront régulièrement espacés. CHRISTALLER montre alors que l'hexagone est la figure géométrique permettant de couvrir l'espace de manière optimale, afin que toute la population soit desservie.

Le modèle des lieux centraux est conçu dans un seul but qu'est d'expliquer l'interconnexion des villes et de leurs espaces d'influence. Ce modèle étudie la formation et l'organisation des villes. Il analyse les relations reliant un centre urbain à son espace avoisinant. En d'autres termes, ce modèle explique la hiérarchie urbaine. CHRISTALLER a constaté que le rang d'un centre urbain est déterminé par l'étendue de son champ d'influence qui dépend, quant à lui, de l'importance des produits et services qu'il fournit à son arrière-pays (Hinterland).

Figure 6 : Les places centrales et leur aire d'influence selon le modèle des lieux centraux de WALTER CHRISTALLER



Source : W. CHRISTALLER, 1933. P, 71 in Joseph LAJUGIE & al, op. P, 48.

On constate qu'il existe une concordance entre la taille des villes et l'importance des biens et des services offerts par celle-ci. Si les produits offerts par un centre urbain sont d'ordre supérieur et exigent pour leur vente un marché volumineux, ce centre, par conséquent, occupera une place de premier rang. Le rang d'un centre urbain diminue au fur et à mesure que les produits qu'il offre perdent leur caractère de supériorité. Il résulte ainsi une hiérarchisation et une organisation graduelle des centres urbains. Cette organisation se fait selon un arrangement optimal sous forme d'hexagones réguliers.

Conclusion

Après cette illustration des principaux travaux ayant introduit d'une façon consistante la notion d'espace géographique dans l'analyse économique, on constate que ces travaux pionniers ont constitué les germes qui ont donné naissance à une nouvelle discipline qui n'est autre que l'analyse spatiale. Ces modèles de localisation spatiale, fondés sur des études analytiques de cas réels, ont démontré que l'espace et ses composantes (coûts de transport, proximité des centres de consommation, proximités des foyers de main d'œuvre, proximité des gisements de matières premières) orientent et influencent pleinement la répartition spatiale des différentes activités économiques. Grâce aux travaux de WABER, on peut désormais comprendre les différentes raisons qui incitent les localisations des unités industrielles en termes de minimisation des coûts de transport. Au travers des différentes contributions de ce modèle, notamment les travaux de MARSHALL, la proximité apparaît comme l'élément central de la localisation industrielle. La proximité d'une entreprise autour des facteurs de production est nécessaire dans le processus d'optimisation de sa production. Et cela est possible, pas seulement en termes de minimisation, mais aussi dans un contexte de maximisation de son profit. Les prolongements du modèle de WABER au travers des travaux de LÖSCH sur la maximisation du profit permettent de comprendre ce phénomène

Chapitre 2

Les enjeux de la localisation des entreprises

Introduction

L'objectif recherché à travers cette réflexion est de présenter dans un premier cas, le cadre théorique général afin de mieux cerner la notion d'espace et d'avoir en parallèle une image claire et englobant des notions de base traitant de cette variable en sa qualité de support physique de toute activité humaine. Mais également pour son introduction dans plusieurs domaines comme : la localisation des activités et la concentration des populations, l'aménagement du territoire, la formation et l'organisation des villes, des espaces urbains et des systèmes de réseaux

Section 1 : Notion d'espace Polarisée de BOUDEVILLE

La notion de région polarisée ou fonctionnelle est l'œuvre de BOUDEVILLE, dans son ouvrage « L'espace et les pôles de croissance » publié en 1968. BOUDEVILLE introduit la variable espace géographique au modèle de croissance polarisé de PERROUX. Dans le modèle de l'espace polarisé, l'espace géographique est considéré comme non homogène. Dans une « région polarisée », tout n'évolue pas au même rythme. Il existe un décalage de développement en termes de production et d'emploi. La région polarisée est définie comme :

“Un ensemble d'unités ou pôles économiques, qui entretiennent avec un pôle d'ordre immédiatement supérieur plus d'échanges ou connexions qu'avec tout autre pôle de même ordre ; cet espace traduit la double notion de connexion et de dépendance.

“Le lieu d'échanges de bien et de services dont l'intensité interne est supérieure en chaque point à l'intensité externe.

L'ensemble des centres économiques, formant une région polarisée, entretiennent entre eux des rapports commerciaux complémentaires et des liens solides, formant ainsi un réseau bien structuré. Ce qui est remarqué dans ce cas précis, c'est que ces pôles sont localisés autour d'un pôle de grande envergure, concentrant une industrie motrice du système productif. Quand une industrie motrice est localisée dans une région, elle attirera d'autres unités de production d'ordre inférieur, ce qui permettra de dynamiser le système de production dans sa globalité. Propulsé par l'effet de proximité et d'agglomération géographique, le pôle de production se transforme en pôle de croissance spatialisé exigeant

de nouveaux besoins. En parallèle à cela, de nouvelles activités accompagnatrices et complémentaires à tout l'ensemble vont apparaître.

“Dans un pôle industriel complexe qui est géographiquement aggloméré et en croissance, on enregistre des effets d'intensifications des activités économiques dus à la proximité et aux contacts humains. La polarisation est l'œuvre d'un ensemble de variables (salaires, investissements, comportements sociaux, réseaux de transport, etc.) :

- La polarisation technique : elle est causée par une concentration des activités industrielles exigeant une bonne maîtrise des techniques de production et un savoir-faire innovateur ;
- La polarisation par les revenus : elle est l'œuvre de flux de capitaux ou d'un décalage spatial en termes de salaires ;
- La polarisation psychologique : elle est difficile à cerner car elle repose sur des comportements socioculturels, comme un fort sentiment d'appartenance à une région ;
- La polarisation géographique : elle se manifeste dans les régions où le cadre de vie est géographiquement agréable (relief et climat).

Dans un processus évolutif, les pôles de croissance se connectent entre eux pour créer un réseau basé sur l'échange de biens et services, la circulation des personnes et la fluidité de l'information. Pour atteindre ce stade de maturité il faut la réunion d'un ensemble de facteurs liés à l'espace (proximité, agglomération géographique, réseaux de transport, etc.) (O. MERADI, 2008).

Section 2 : Historique du territoire

Dès les années trente, l'Angleterre dans le but de freiner la concentration de l'investissement charbonnier autour de Londres, s'est engagée dans un vaste projet qui consiste à construire de nouvelles villes « tratings estates » dotées d'avantages fiscaux et largement subventionnées, mais également, à délimiter des zones de reconversion. Dans une démarche similaire aux Etats-Unis d'Amérique, le Président Roosevelt a lancé une grande politique d'aménagement régional à travers le « Tennessee Valley Authority ». La France, de son côté, est considérée comme l'un des pays pionniers dans l'aménagement du territoire. A partir de la Deuxième Guerre mondiale, ce pays s'est engagé dans une démarche visant à répartir d'une façon équilibrée les équipements, l'industrie et l'agriculture moderne (O. MERADI, 2008).

Depuis les années cinquante, l'aménagement du territoire a un sens plus précis : il s'agit d'organiser le développement économique sur l'ensemble du territoire, en alternative au simple jeu du marché du travail qui pousserait les résidents à se déplacer pour chercher un emploi. L'aménagement du territoire vise à satisfaire les besoins des générations présentes, à commencer par celles des plus démunies, sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. Le rôle « social » de l'Etat se voit ainsi conforté, mais dans une notion de durée. Cette durabilité appelle d'une part à une plus grande endogénéisation des ressorts de développement local, et d'autre part une plus grande prise en compte de la préservation de l'environnement, non seulement local, mais également global." (Alain LIPIETZ)

Daniel Nordman, dans le Dictionnaire de l'Ancien Régime, apporte de judicieuses précisions aux définitions du Trésor de la langue française (1606) de Jean Nicot (« terroir ou territoire d'une ville ») et d'Antoine Furetière (1690) qui associe le mot à « juridiction », préfigurant ainsi l'acception retenue par Pierre Larousse, en lui attribuant trois caractéristiques: un territoire est appropriable, possède des limites et porte un nom (toponyme ou anthroponyme). Il résume sa conception ainsi : « Un territoire est donc un espace pensé, dominé, désigné. Il est un produit culturel, au même titre qu'un paysage est une catégorie de la perception, que l'homme choisit à l'intérieur d'ensembles encore indifférenciés. » Là, le territoire voisine avec « espace », terme encore plus polysémique... Des historiens actuels revisitant les travaux majeurs de leurs maîtres, Marc Bloch, André Déléage, Georges Duby, Robert Boutruche et Charles Higounet, y constatent « un vocabulaire foisonnant », qui se révèle finalement peu adapté aux réalités à décrire. Selon eux, cela traduit surtout un souci d'écriture, d'où la facilité avec laquelle chacun de ces « maîtres » utilise des mots assez différents comme synonymes

Dans le même ouvrage, Fabrice Ripoll et Vincent Veschambre regardent du côté des géographes et constatent que depuis Vidal de la Blache (1845-1918), le « père » de la géographie française, c'est la notion de « région » qui est privilégiée jusqu'aux années soixante-dix où elle est détrônée par celle d'« espace » (à cette époque trois revues s'emparent du terme, Espaces et Sociétés qui est lancée en 1970, L'espace géographique, fondée en 1972 et Espaces Temps, créée en 1975), avant de laisser la vedette à « territoire », à partir des années quatre-vingt, dans une acception qui n'est plus seulement aménagiste (longtemps ce mot était arrimé à « aménagement du... », surtout après la création de la DATAR, Délégation à l'aménagement du territoire, en 1963).

Pour Mar Yvonne Le Berre, « Le territoire peut être défini comme la portion de la surface terrestre, appropriée par un groupe social pour assurer sa reproduction et la satisfaction de ses besoins vitaux. C'est une entité spatiale, le lieu de vie du groupe, indissociable de ce dernier ». Par conséquent, le territoire résulte d'une action des humains, il n'est pas le fruit d'un relief, ou d'une donnée physico-climatique, il devient l'enjeu de pouvoirs concurrents et divergents et trouve sa légitimité avec les représentations qu'il génère, tant symboliques que patrimoniales et imaginaires, elles-mêmes nourries de la langue dominante parlée par les populations de ce territoire.

En un mot, la réalité géographique d'un territoire repose sur un « fait total culturel et géographique » inscrit dans une histoire spécifique. C'est un peu ce que suggère Éric Dardel (1899-1967) dans *L'histoire, science du concret et L'homme et la terre*, deux ouvrages grandement influencés par la philosophie de Martin Heidegger. Dans le premier, il adhère à l'idée que le temps de l'humain est toujours un « temps pour ». Celui-ci est « présent », sans passé (car le passé n'est pas, il résulte d'une construction, c'est donc un résultat, pas une cause) et ouvre au « futur ». « À côté des situations affectives qui asservissent et avilissent l'homme, observe l'auteur, en lui barrant les voies du pouvoir-être authentique, il y a des situations affectives libératrices qui ouvrent en moi les portes de l'avenir. Le Sentir fondamental de l'affectivité contient toujours à côté de son orientation essentielle vers le passé, une relation avec le futur, un Comprendre. Toute situation affective est aussi compréhension, articulation d'un sens. » (p. 68). Cette « compréhension » consiste en une actualisation d'un temps événementiel qui « s'accompagne toutes les fois d'une spatialisation. » (p. 85). De quel événement s'agit-il De « l'Événement que je suis et peux être » (p. 119), mais inscrit territorialement, en quelque sorte, dans des territoires géographiques (spatiaux) et historiques (temporels)

Dans son second essai « Éric DARDEL, *L'homme et la terre*, Paris, PUF, 1952. » il précise sa pensée sur cette spatialisation des moments de chaque humain. « La "situation" d'un homme, écrit-il, suppose un "espace" où il se "meut"; un ensemble de relations et d'échanges; des directions et des distances qui fixent en quelque sorte le lieu de son existence ».

Le territoire pour Eric Dardel (mot qu'il n'utilise pas) correspond à une portion de l'écoumène, c'est-à-dire à ce que Martin Heidegger nomme « Heimat, » la « patrie », mais au sens de lieu d'habitation, de lieu où se déploie la présence, lieu où la langue enveloppe

les relations entre les individus et non pas, bien sûr, le « sol natal », irrigué du sang des ancêtres!

Section 3 : Territoire et système de réseaux

La nature et la densité des relations coexistant entre les différents acteurs locaux nous permettent d'apprécier le niveau de rendement et le degré de l'efficacité productive de ces acteurs. Ces liens sont de nature différente : commerciale, complémentarité productive, culturelle, diffusion de l'information et de l'innovation, etc. Ils contribuent à la formation de rapports basés sur la complémentarité et la coopération entre groupes économiques et/ou sociaux activant sur des espaces différents, ce qui permet la constitution de réseaux reliant les espaces locaux entre eux et dont les limites dépassent très souvent la dimension régionale ou même nationale. La formation spontanée et/ou propulsée de réseaux contribue à la dynamisation de l'appareil productif et permet de dégager un surplus de production. Par enchaînement et afin d'assurer un développement linéaire et continu des espaces locaux, ces derniers doivent passer d'une logique locale à une logique globale. Ils sont dans l'obligation de s'ouvrir et d'avoir une dimension internationale. Cette articulation entre le locale et le globale propulse les Systèmes Productifs Localisés (SPL) pour devenir des SPL « ouverts ».

La baisse des coûts de transport, causée en général par la proximité géographique et une modernisation des techniques de transport, permet de hausser en même temps l'offre et la demande d'un produit ou d'un service donné. Dès qu'une entreprise s'est localisée, elle attire des travailleurs et des populations qui sont évidemment des consommateurs appréciant une forte diversité des produits offerts (externalités¹⁷ pécuniaires).

Section 4 : Définition d'un facteur de localisation

Un facteur de localisation est une variable qui agit habituellement sur les décisions de localisation d'un type d'activité urbaine. Ces décisions sont essentiellement celles des utilisateurs d'espace, les plus déterminantes, mais aussi celles d'autres intervenants (promoteurs, financiers, pouvoirs publics, etc. Et aussi on peut le définir comme une

variable qui agit habituellement sur les décisions et les stratégies d'implantation d'un type d'activité urbaine.

De manière générale, un facteur de localisation est un élément pris en compte lors du choix de l'implantation. Il peut intervenir divers moments du processus de décision : sélection des alternatives, comparaison des alternatives ou choix final et comprendre les aspects quantitatifs (ex : coût du bâtiment) et des aspects qualitatifs (qualité de l'environnement immédiate).

Le choix d'implantation des activités économiques est le résultat d'un compromis et d'option parmi un nombre plus au moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient d'une situation à l'autre.

Section 5 : Les types de localisation

On peut distinguer deux sorte de localisation: l'ultra-urbaine et surplus-urbaine, de même faut-il distinguer les décisions touchant ces deux types de localisation et par conséquent les facteurs qui les regroupent (Localisation interurbaine).

Les facteurs qui influent sur les décisions de localisation des entreprises en général, lorsqu'il s'agit du choix d'une ville, touchent l'attrait de cette ville pour les affaires en cause. Ces facteurs sont nécessairement différents (ou à tout le moins pondérés différemment) pour l'implantation d'une usine ou pour l'établissement d'un siège social ou d'un bureau divisionnaire. Les facteurs suivants sont essentiels pour les bureaux administratifs en général :

- L'accessibilité de la ville par avion, automobile, train ;
- Son statut hiérarchique national ou international et sa position dans les flux d'information nationaux et internationaux ;
- La qualité et la diversité des services aux entreprises (spécialistes de toutes sortes dans les domaines de la finance, du marketing, de la comptabilité, du droit, etc.) ;
- La qualité du marché du travail ;
- La qualité des ressources éducationnelles, particulièrement aux niveaux technique et universitaire ;
- -La qualité et la variété des ressources culturelles et de divertissement ;
- L'accessibilité du crédit et des marchés financiers ;
- La variété des services commerciaux.

Il faut d'abord distinguer les facteurs du côté de l'offre de ceux du côté de la demande. Les facteurs du côté de la demande sont les plus importants et les plus étudiés, car c'est l'utilisateur d'espace qui dicte son choix de localisation en fonction de ses exigences et de ses contraintes. Les facteurs du côté de l'offre ont trait à l'espace lui-même et au conditionnement d'utilisation, au bâtiment et à ses caractéristiques et contraintes, au voisinage avec ses aménités¹⁴ ainsi qu'aux usages avoisinants. Ces facteurs ont un impact assez limité. Ils conditionnent l'adaptation de la localisation plutôt qu'ils ne la définissent.

Si les principaux facteurs de localisation sont de nature externe, notamment ceux qui sont liés à l'espace (accessibilité, bassins d'employés potentiels, etc.), il y a aussi des facteurs internes à certaines entreprises ou à certaines industries (type d'industrie, forme d'organisation, dispersion géographique, lieu de résidence des dirigeants, exigences en stationnement, etc.) Ces derniers ont peu d'impact dans les décisions de localisation intra-urbaine.

Pour les décisions de localisation des bureaux, les principaux facteurs de localisation peuvent être répartis comme suit :

- Les facteurs liés aux exigences de communication : les contacts personnels directs qui sont le canal privilégié de communication aux niveaux supérieurs des fonctions administratives, le potentiel d'information ou la possibilité de magasiner entre plusieurs sources d'information, et les opportunités d'externalisation de l'input informationnel de l'entreprise (recours à des ressources externes) ;
- Les facteurs liés aux questions de personnel : l'accès à la main-d'œuvre et la capacité pour l'entreprise d'attirer et de retenir une main-d'œuvre qualifiée pour différents niveaux de fonctions ;
- Les facteurs subjectifs : le prestige d'une adresse ou d'un immeuble, la proximité des zones résidentielles huppées qui sont souvent le lieu de résidence des patrons ;
- L'accès aux marchés : ce facteur est plus important dans la localisation industrielle.

Section 6 : Définition d'une décision de localisation

Le terme de localisation est par définition polysémique. Il peut désigner à la fois la position d'un objet (ville, usine, entreprise) dans l'espace géographique et l'acte de choisir un lieu

¹⁴ Aménités : complaisance

pour une activité donnée. Par conséquent, il est plus opportun d'employer l'expression précise de « décision de localisation ». Une décision de localisation désigne l'acte opéré par une entreprise de choisir un lieu géographique pour y exercer son activité.

Une entreprise ne dispose pas obligatoirement que d'une seule place géographique. Elle peut exercer son activité dans des lieux géographiquement distincts les uns des autres. Chacun de ces lieux constitue un établissement de l'entreprise en question. Pour cette raison, on préfère employer le terme d'établissement. Pour Sergot (2006)¹⁵ « l'établissement (...) est caractérisé par son unité physique. À ce titre, il est la manifestation géographique de l'entreprise dont il doit être clairement distingué, une entreprise pouvant être constituée d'un ou de plusieurs établissements (...) l'établissement présente donc l'unité de base pour l'analyse du comportement de localisation des entreprises »

Section 7 : Les modèles théoriques de localisation

7.1. Les théories classiques

Les travaux théoriques appuient leur explication, dans le cadre des théories dites classiques de localisation, d'une part sur les coûts de transport et les dotations en facteurs des territoires, et d'autre part sur le concept d'économies d'agglomération¹⁶ issu de la nouvelle économie géographique.

Dans le cadre du premier courant de recherche, la proximité du marché et la réduction des coûts des facteurs de production, en ce compris les coûts de transport, constituent les facteurs explicatifs déterminants de la localisation des entreprises.

Le modèle de Von Thünen (1826) (qui a traité aux activités agricoles) développe un cadre conceptuel utile pour révéler l'arbitrage entre le prix du sol, les rendements des activités agricoles et les différentiels des coûts de transport : les producteurs de biens périssables sont disposés à payer une rente foncière plus importante pour accéder plus rapidement au marché. À contrario, les producteurs de biens plus facilement transportables ou qui occupent des surfaces importantes sont plus éloignés (Crozet, Lafoucarde, 2009).

¹⁵ Sergot (2006, p.21)

¹⁶ Agglomération : un ensemble de bâtiments suffisamment proches, défini comme une ville-centre assortie de ses banlieues s'il y a lieu

Pour Weber (1909), la localisation optimale est celle qui minimise les coûts de transport et de la main d'œuvre (Sergot, 2006).

La proximité du marché constitue également le déterminant essentiel de la théorie des lieux Centraux développés par LÖSCH (1954) et Christaller ¹⁷(1966) (Crozet, Lafoucarde, 2009).

Au global, les entreprises se localisent dans les territoires qui leur offrent la meilleure proximité à la demande et à la dotation initiale en facteurs de production (matière première, main d'œuvre).

7.2. Les économies d'agglomération

Les théories classiques de la localisation ont fait de la dotation des régions en facteurs de production un des déterminants essentiels qui emporte les décisions de localisation des entreprises.

Or, pour Crozet et Mayer (2002) la sensibilité des firmes aux avantages de première nature (dotations en facteurs de production des territoires) ne peut pas constituer l'essentiel de l'explication des choix de localisation. L'essor de certaines régions peu favorisées par la nature, appelle d'autres facteurs explicatifs.

En outre, selon Krugman, (1991 dans Sergot 2006), les phénomènes continus d'agglomération spatiale des activités économiques observés dans la réalité posent question.

Selon Crozet et Mayer (2002), l'importance des agglomérations spatiales stipule à priori que les entreprises déterminent leurs choix de localisation en fonction des choix de l'ensemble des autres agents économiques et que par conséquent, au-delà des coûts de transports et des dotations en facteurs des régions, les choix de localisation des entreprises peuvent être analysés à travers le prisme de ces relations endogènes entre agents.

Les inégalités dans les répartitions des entreprises et les progrès en modélisation portant notamment sur la concurrence imparfaite et les rendements d'échelle croissants (Thisse, 1997) sont à l'origine du développement d'un nouveau cadre explicatif des décisions de localisation des entreprises : la nouvelle économie géographique (NEG), centrée sur les économies d'agglomération.

¹⁷ (Crozet, Lafoucarde, 2009).

La nouvelle économie géographique tente de répondre à différentes questions : « Pourquoi existent-ils des forces poussant à l'agglomération ou à la dispersion des activités économiques ? Pourquoi observe-t-on des regroupements constitués d'agents différents ? Et pourquoi les régions et les villes se spécialisent-elles dans des activités différentes ? ¹⁸ » (Fujita et Thisse, 1997)

Selon Marshall (1920 dans Fujita et Thisse, 2003), l'agglomération géographique des entreprises sur le territoire génère des externalités qui relèvent de :

- a) La disponibilité des intrants¹⁹ et des services spécialisés.
- b) La formation d'un marché du travail.
- c) L'échange d'informations et la diffusion des technologies.

Krugman ²⁰(1991 dans Dejardin, 2010) en décrit le mécanisme « Premièrement, la concentration de nombreuses firmes dans un lieu particulier offre un marché commun aux travailleurs disposant d'aptitudes spécifiques pour l'industrie, leur assurant une moindre probabilité d'être au chômage et d'être à court de travail. Deuxièmement, les industries localisées peuvent soutenir la production d'intrants spécialisés non échangeables. Troisièmement, les « Spill overs »²¹ en matière d'information peuvent donner aux firmes regroupées une meilleure fonction de production, comparativement aux firmes isolées »

Les externalités ou économies d'agglomération renvoient à des économies (baisses de coûts généralement pour les entreprises) dues à l'agglomération d'un grand nombre d'acteurs économiques dans un même espace. Leur point commun réside dans le fait qu'elles soient externes à l'entreprise de sorte que toute entreprise qui se situe dans l'agglomération en bénéficie. En outre, elles ne sont pas exclusives (aucune entreprise se localisant dans l'agglomération ne peut en être exclue) et non appropriables (l'entreprise qui en bénéficie ne doit rien payer) (Polèse et Shearmur, 2003).

Lecoq (1995 dans Fujita et Thisse, 1997) parle d'un effet boule de neige : la concentration géographique des activités économiques fait que de plus en plus de producteurs se localisent au même endroit en raison des différents facteurs permettant une spécialisation plus poussée du processus de production. En outre, l'implantation de nouvelles firmes attire de nouveaux travailleurs espérant un emploi mieux rémunéré.

¹⁸(Fujita et Thisse, 1997 p. 38)

¹⁹Intrants : élément entrant dans la production d'un bien

²⁰(1991 p. 484-485 dans De jardin, 2010 p. 64)

²¹ spill over's : En économie ; un débordement est un événement économique dans un contexte qui se produit à cause d'autre chose dans un contexte apparemment sans rapport

Scitovsky (1954 dans Fujita et Thisse, 2003) distingue les externalités technologiques et pécuniaires :

Les externalités pécuniaires correspondent aux externalités dites Marshalliennes de type (1) et (2) et renvoient aux résultats d'interactions marchandes qui peuvent être internalisées par les entreprises à travers les mécanismes de prix.

« Les externalités technologiques correspondent essentiellement aux échanges de connaissances entre les entreprises, et aux relations non économiques de la socialisation. Elles reposent sur les transferts informels de technologies et de savoir-faire »²²(Crozet et Mayer, 2002). Ces externalités résultent donc du transfert de connaissances entre firmes agglomérées par le biais de réseaux informels de contact, mais également d'une rotation de la main-d'œuvre qualifiée et du management entre les firmes. Elles constituent à ce titre d'importantes sources de dissémination des best-practices technologiques et du savoir tacite venant améliorer l'efficacité des firmes et les poussant à l'agglomération.

Catin (1991, dans Dejardin, Guio et Marechal)²³ introduit une autre distinction :

- Les économies d'agglomération sont des économies externes marshalliennes « internes à la ville ou à la région considérée ». Elles se décomposent en deux grandes catégories ;
- Les économies de localisation : il s'agit d'économies externes à la firme, mais internes à l'industrie localisée dans une agglomération donnée. Elles peuvent refléter des économies liées à la différenciation des activités et à la spécialisation intra industrielle, à l'existence d'une main d'œuvre spécialement requise par les firmes de l'industrie considérée, à l'émulation et aux facilités de transmission en ce qui concerne les innovations ;
- Les économies d'urbanisation : ce sont des économies externes à la firme et externes à l'industrie à laquelle appartient la firme. Ces économies résultent de la taille de l'agglomération et sont alors notamment liées à la concentration de la population, de la main d'œuvre, à la présence d'infrastructures et d'activités tertiaires, en particulier de services aux entreprises ».

Les économies de localisation résultent de l'agglomération sur un même territoire d'activités de secteurs similaires ou voisins. Pour Crozet et Mayer (2002), ces économies d'agglomération poussent les entreprises à se localiser à proximité de leurs concurrents.

²²(Crozet et Mayer, 2002 p. 4)

²³Catin (1991, dans Dejardin, Guio et Marechal, 1999 p. 71)

Ainsi, l'esprit grégaire des entreprises est déterminant dans les décisions d'implantation car même lorsque les facteurs essentiels de la localisation sont pris en compte (demande, coûts, etc.), les entreprises tendent à choisir celles qui accueillent déjà une forte densité de firmes du même secteur. Ce comportement mimétique expliquerait pour une large part la croissance et le succès des districts industriels.

Pour²⁴ (Mérenne Schoumaker, 2008) « Le développement de pôles spécialisés autour d'une activité fait alors de ces localisations des endroits "où il faut être" pour conserver un lien étroit avec les avancées des concurrents et bénéficier des biens publics formels et informels générés naturellement du seul fait de la concentration ».

Les économies de localisation s'appuient donc sur la spécialisation. On peut y faire appel pour impulser un développement à l'échelle de petits territoires (exemple des clusters) mais théoriquement elles peuvent être situées en dehors d'une grande agglomération.

Schéma 5 : Fonctionnement du marché de localisation des activités économiques



Source : mémoire Jonathan Bouvy, 2009.

Les économies d'urbanisation résultent, en revanche, de la diversité sectorielle sur le territoire et de la proximité de tous les producteurs. Une source importante des économies d'urbanisation réside dans la production d'espaces publics et d'infrastructures urbaines comme les équipements (les routes, les réseaux d'électricité, les réseaux de communication) ou les services (l'éducation, la santé, la sécurité publique) dont la production peut être difficilement garantie par le secteur privé.

Les économies d'urbanisation s'appuient essentiellement sur deux aspects : le volume (de main d'œuvre, de travail, de consommateurs, etc.) et la diversité (de qualifications, de

²⁴Mérenne Schoumaker, 2008 p. 81

spécialités, etc.). Elles s'accroissent avec la taille de la ville. Il est par conséquent difficile de concevoir des économies d'urbanisation en dehors d'une grande ville. D'ailleurs, le phénomène de métropolisation lui-même semble attester de leur existence (Polèse et Shearmur, 2003).

Au final, chaque type d'externalité est susceptible de conduire à l'agglomération d'activités économiques. Une agglomération économique est produite à la fois au travers d'externalités tant technologiques que pécuniaires, de localisation que d'urbanisation, par ailleurs souvent imbriquées (Fujita et Thisse, 1997).

Toutefois l'agglomération peut générer des coûts supplémentaires pour les entreprises en termes de charges locatives, foncières, salariales et fiscales plus élevées, de concurrence trop importante ou de des économies d'agglomération (externalités négatives : pollution, congestion du trafic, etc.), ce qui peut, dès lors que les avantages sont inférieurs aux coûts, inciter les entreprises à fuir la région.

En somme, les entreprises cherchent la proximité d'autres entreprises dans leurs choix de localisation pour bénéficier des externalités positives d'agglomération. Ces économies constituent des forces centripètes poussant à l'agglomération, mais des forces opposées centrifuges (externalités négatives) poussent à la dispersion.

Section 8 : Aménagement du territoire

L'aménagement du territoire est le résultat d'actions multiples menées par des collectivités territoriales ou par des organismes privés, individuels, ou collectifs, pour modifier un espace, afin de le rendre plus fonctionnel, plus agréable.

Ces aménagements permettent au territoire de gagner en compétitivité sur ses voisins et d'attirer à lui des entreprises, des investissements, et par conséquent de la population du système territorial.

Dès les années trente, l'Angleterre dans le but de freiner la concentration de l'investissement charbonnier autour de Londres, s'est engagée dans un vaste projet qui consiste à construire de nouvelles villes « trating estates » dotées d'avantages fiscaux et largement subventionnées, mais également, à délimiter des zones de reconversion. Dans une démarche similaire aux Etats-Unis d'Amérique, le Président Roosevelt a lancé une grande politique d'aménagement régional à travers le « Tennessee Valley Authority ». La France, de son côté, est considérée comme l'un des pays pionniers dans l'aménagement du

territoire. A partir de la Deuxième Guerre mondiale, ce pays s'est engagé dans une démarche visant à répartir d'une façon équilibrée les équipements, l'industrie et l'agriculture moderne (O. MERADI, 2008).

8.1. Notion du système territorial

L'aménagement du territoire est une politique volontariste de l'Etat et des pouvoirs publics. Elle consiste à répartir d'une façon équilibrée les populations, les infrastructures et les activités économiques, dans un espace géographiquement non homogène.

Toute politique d'aménagement du territoire vise l'amélioration des conditions de vie des citoyens, et la réduction des disparités régionales en termes de développement (équité spatiale). Ce double objectif ne peut être atteint qu'à travers une régulation du développement dans les espaces avantagés, et un désenclavement des espaces défavorisés.

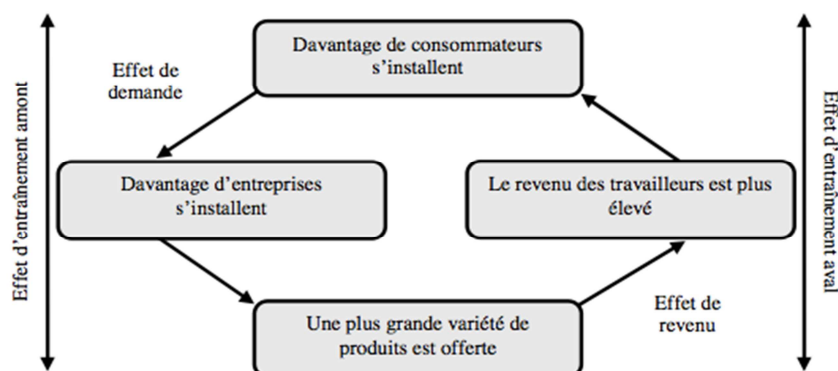
La nature et la densité des relations coexistant entre les différents acteurs locaux nous permettent d'apprécier le niveau de rendement et le degré de l'efficacité productive de ces acteurs. Ces liens sont de nature différente : commerciale, complémentarité productive, culturelle, diffusion de l'information et de l'innovation, etc. Ils contribuent à la formation de rapports basés sur la complémentarité et la coopération entre groupes économiques et/ou sociaux activant sur des espaces différents, ce qui permet la constitution de réseaux reliant les espaces locaux entre eux et dont les limites dépassent très souvent la dimension régionale ou même nationale. La formation spontanée et/ou propulsée de réseaux contribue à la dynamisation de l'appareil productif et permet de dégager un surplus de production. Par enchaînement et afin d'assurer un développement linéaire et continu des espaces locaux, ces derniers doivent passer d'une logique locale à une logique globale. Ils sont dans l'obligation de s'ouvrir et d'avoir une dimension internationale. Cette articulation entre le locale et le globale propulse les Systèmes Productifs Localisés (SPL) pour devenir des SPL

La baisse des coûts de transport, causée en général par la proximité géographique et une modernisation des techniques de transport, permet de hausser en même temps l'offre et la demande d'un produit ou d'un service donné. Dès qu'une entreprise s'est localisée, elle attire des travailleurs et des populations qui sont évidemment des consommateurs appréciant une forte diversité des produits offerts

La constitution d'un pôle de production et d'un centre de consommation dynamique

encourage d'autres entreprises (en général de taille inférieure et travaillant en amont ou en aval de la firme dominante : PME-PMI) à se localiser auprès de la première (formation d'un système de production bien organisé et bien structuré). La coordination et la complémentarité fonctionnelle coexistant entre ces unités de production, en plus de l'effet de proximité, contribuent largement à élever la productivité de l'ensemble des entreprises.

Schéma 6 : Effets d'entraînement et externalité pécuniaires



Source : réalisée par les auteurs in Jérôme VICENTE, op. Cité. P, 24.

Afin de ne pas entraver l'élargissement d'un centre de production et dans le but de l'accompagner dans son processus d'extension, les pouvoirs publics doivent répondre favorablement à toute nouvelle demande en termes d'infrastructures de transport et de communication, car cela permettra la connexion des centres de production entre eux, qui formeront par la suite un système de réseaux.

8.2. Les composantes d'un territoire

Ces composantes sont :

1. La composante naturelle : Elle regroupe les éléments dans lesquels vit l'homme, éléments sur lesquels il peut agir mais qui existaient indépendamment de lui: site, situation, relief, climat, hydrologie, sol, sous-sol, faune et flore ;
2. La composante sociale: Elle regroupe ce qui concerne d'une part la présence de l'homme (démographie population, densité), son habitat et ses activités, d'autre part

les relations qui se tissent entre les hommes. Ici, on tentera d'exprimer le niveau de vie d'une population ;

3. La composante politique: C'est la structure que l'homme se donne pour vivre en société. On distingue un domaine législatif (pour réglementer les relations), un domaine exécutif (pour mettre en œuvre les règles, les habitudes, les lois), un domaine judiciaire (pour contrôler la mise en application des lois). Des mots pour en parler: gouvernement, ministre, président, roi, dictateur, émir, parlement, démocratie, république, royauté, émirat, dictature ;

4. La composante historique : Peu développée, en dehors du cours d'histoire, cette composante met en évidence les événements du passé qui ont marqué fortement le présent ;

5. La composante culturelle : Elle exprime (langue) la dimension due à la pensée de l'homme, à ses expressions artistiques et religieuses et aussi à ses loisirs (intellectuels et physiques) : littérature, cinéma, télévision, sports traditionnels et populaires. ;

6. La composante économique : Elle traite parmi les activités de l'homme celles qui sont le fruit de son travail : activités agricoles (culture et élevage), artisanales ou industrielles, échanges des produits obtenus et services mis à sa disposition par la société.²⁵.

8.3. Les acteurs de l'aménagement du territoire

La mise en œuvre d'une politique d'aménagement du territoire nécessite l'intervention d'un grand nombre d'acteurs, agissant à des niveaux différents. L'action de chaque acteur façonne le paysage spatial local, régional et national. Ces acteurs, et selon leur statut, déterminent les fins de la politique d'aménagement du territoire, élaborent un programme d'action par une mise en place d'un cadre institutionnel régissant la politique d'aménagement du territoire. Par conséquent, ils déterminent les projets et leurs lieux de localisation, assurent le financement de ces projets cadres, mais également, ils veillent et participent à leur exécution.

Il y a deux grandes catégories d'acteurs : les acteurs privés (les populations et les

²⁵K. Demaret & S. Mersdi.

entreprises) et les acteurs publics (l'Etat et ses différentes structures ainsi que les organismes à dimension régionale ou communale)

8.3.1. Les populations

Les populations façonnent un territoire donné involontairement à travers un ensemble de comportements:

8.3.2. Les comportements démographiques

Les taux de mortalité et de fécondité déterminent la structure d'âge des populations et en même temps sa densité par kilomètre carré. Un autre phénomène pèse énormément sur la concentration des populations, c'est celui des migrations intérieures, soit à l'échelle nationale ou régionale. L'exode rural ou la littoralisation démographique sont des exemples très explicites. Une mobilité parfaite, non orientée des personnes, engendrera inévitablement le dépeuplement des régions défavorisées, qui sera accompagné d'une asphyxie des régions favorisées.

8.3.3. Les comportements sociaux

L'amélioration du niveau de vie des populations (achat de véhicule individuel, construction d'habitations plus spacieuses, tendance à voyager, etc.) à un impact important sur le façonnement d'un espace. Cette amélioration impose un développement soutenu des moyens de transport et une densification des équipements et des infrastructures de base, et cela façonne en continuité le territoire.

8.3.4. Les comportements politiques

Pendant les campagnes électorales, les candidats politiques proposent des programmes d'action qui visent à réaliser des projets socioéconomiques prédéterminés. Ces programmes regroupent la réalisation d'infrastructures diverses. Les citoyens, en leur qualité d'électeurs, choisissent leurs représentants politiques, donc et d'une façon indirecte, ils choisissent un programme d'action qui est une projection futuriste de l'image du territoire concerné. Les penchants et les courants politiques influencent amplement les orientations de la politique globale d'aménagement du territoire. Une vision libérale du développement optera pour une intensification des investissements privés, donc une forte concentration des entreprises et un renforcement du rôle de celles-ci dans la confection et

l'organisation du territoire. Par contre, une vision sociale du développement optera pour une intensification de la concentration des infrastructures à usage collectif.

8.4. La mise en valeur des territoires

L'objectif majeur de toute politique d'aménagement du territoire est d'armer l'espace géographique en infrastructures, afin de lutter contre les déséquilibres et les disparités régionales de développement. Aménager et organiser le territoire a pour but de propulser un développement homogène et harmonieux de l'ensemble du territoire national, dans le but de mettre en valeur les différents espaces régionaux.

Cette mise en valeur se fait à travers :

- A.** Une exploitation rationnelle des ressources (naturelles, humaines, financières, culturelles, etc.), dont disposent les différentes régions. Cette exploitation permettra à ces régions de se développer et de se valoriser davantage ;
- B.** Une expansion décentralisée. Cette décentralisation est un moyen efficace pour combattre l'ascension amplifiée et excessive de certaines régions. L'hypertrophie des régions favorisées (favorisées naturellement et/ou artificiellement) peut constituer une entrave pour le développement des régions les moins favorisées. Afin d'égaliser (dans la mesure du possible) le développement des différentes régions, il est crucial d'opter pour une répartition cohérente des investissements et pour une répartition homogène des infrastructures et des équipements socioéconomiques. L'aménagement du territoire vise le contrôle du développement excessif des agglomérations urbaines ou industrielles disproportionnées, car un tel développement risque de se faire au détriment de celui des régions les moins dotées. Le renforcement du pouvoir d'attraction des espaces marginaux permet d'atténuer l'intensité du courant qui draine les forces dynamiques et créatrices vers les grands centres. En effet, permettre à toutes les régions de se développer renforce un développement global et généralisé, où la croissance et la prospérité seront l'œuvre de toutes les régions et de tous les espaces sans exception. "Les objectifs des politiques d'aménagement du territoire ne sont pas seulement économiques ; ils sont avant tout sociaux et culturels. L'aménagement du territoire exprime aussi une autre conception de la croissance inscrite à la fois dans le long terme et dans la globalité de son cadre géographique. Nous sommes donc très proches des notions de « développement

humain » et de « développement durable ».» (Yves LE DIASCORN, 1979) ;

C. La mise en valeur des espaces marginaux et des régions défavorisées a, certes, une dimension économique, mais elle vise aussi à réaliser le bien-être des populations locales. C'est un double objectif que fixe l'aménagement du territoire. Il a, à la fois, une dimension économique et sociale. Un accompagnement de l'organisation rationnelle des territoires et de l'exploitation optimale et objective de leurs richesses par une redistribution équitable du revenu global, propulsera un développement bidimensionnel (économique et social). "L'objet de l'aménagement du territoire est de créer, par l'organisation rationnelle de l'espace et par l'implantation des équipements appropriés, les conditions optima de mise en valeur de la terre et des cadres les mieux adaptés au développement humain des habitants"²⁶ (O. Meradi, 2008).

Tous ces efforts de mise en valeur des territoires, s'ils ne sont pas suivis d'une vaste campagne d'informations et de communication, risquent de ne pas atteindre les objectifs escomptés. Dans un monde caractérisé par une concurrence territoriale de plus en plus rude, informer les acteurs économiques et sociaux sur les avantages d'un territoire donné est, de ce fait, une obligation de premier ordre. Ceci est la tâche allouée au marketing territorial. Le marketing territorial consiste à informer les acteurs privés nationaux ou internationaux sur la valeur d'un territoire donné. En d'autres termes, c'est de mettre en avant une image de marque d'un territoire afin d'inciter les entreprises à s'y localiser, et d'encourager les populations à s'y installer.

De nos jours, la concurrence entre territoires et entre régions est de plus en plus rude. Chaque pouvoir public s'acharne à attirer dans ses territoires les investisseurs par la mise en valeur de leurs atouts (disponibilité de main d'œuvre qualifiée et bon marché, réseaux de transport développés, fluidités dans la diffusion de l'information, disponibilité d'infrastructures structurantes, abondance de ressources naturelles et énergétiques à bas prix, existence d'un vaste marché de consommation, une réglementation flexible et adaptée, etc.). Dans cette ligne directrice, informer les différents acteurs sur la valeur réelle d'un territoire acquière une importance capitale, d'où l'intérêt donné au marketing territorial.

²⁶ O. MERADI, 2008, P 62-63.

8.5. Les instruments de la politique d'aménagement du territoire

L'aménagement du territoire est une démarche qui vise, en premier lieu, le développement des espaces défavorisés. Ces derniers sont caractérisés par des handicaps naturels et souffrent d'un retard en termes de développement économique et social. Ils sont délaissés par les populations et les investisseurs, ce qui les laisse à la traîne par rapport aux territoires plus dynamiques et plus attractifs. Afin de corriger ce déséquilibre, l'Etat est dans l'obligation d'imposer une politique de rééquilibrage spatial. Cette politique est structurée autour des « discriminations positives en faveur des régions moins développées ». De ce fait, le choix des instruments de toute politique d'aménagement du territoire est d'une importance cruciale. Ce choix est également délicat, vu la difficulté consistant à réaliser l'équilibre entre efficacité et équité. Les instruments, permettant la mise en œuvre d'une politique d'aménagement du territoire, sont divisés en deux grands groupes :

- En premier lieu : on a les instruments politiques ou institutionnels : ceux-ci concentrent l'ensemble des programmes spécifiques de développement, ou bien, sous forme de schémas ou plans directeurs d'aménagement du territoire. Ces moyens politiques orientent les efforts et dictent les démarches à entreprendre à tous les niveaux (national, régional et local) et pour tous les secteurs (industriel, urbain, transport, etc.). En d'autres termes, ces instruments projettent l'image future du territoire ;
- En deuxième lieu, on a les instruments techniques : certains de ces instruments (la réalisation des infrastructures de base et des équipements sociaux) peuvent agir indirectement sur l'espace, en influençant la localisation des activités économiques et la concentration des populations. C'est un renforcement artificiel du pouvoir d'attraction et des capacités d'accueil des territoires. Par contre, d'autres instruments techniques agissent directement sur la répartition spatiale des activités économiques et des populations, cela concerne en outre :
 - Les subventions aux entreprises,
 - Les politiques fiscales incitatives,
 - Les politiques de bonification des salaires, et bien d'autres actions.

Ces instruments visent à propulser les régions défavorisées, c'est une politique volontariste de discrimination positive.

Section 9 : Le district industriel

C'est MARSHALL A. (1842-1924) qui a traité des districts industriels, il a montré que l'organisation industrielle sur un espace géographique limité peut être l'œuvre d'un ensemble d'entreprises, de petites ou de moyennes tailles d'une même branche. Ces entreprises forment un réseau où toute unité industrielle est spécialisée dans l'exécution d'une phase liée au système de production. Les activités de ces entreprises sont complémentaires les unes aux autres, et dépendent d'un savoir-faire local. L'importance de la concentration des entreprises sur un seul espace géographique est appuyée par les avantages qui découlent de cet environnement, que MARSHALL d'ailleurs nomme « *les économies externes* ». Ces avantages peuvent être la réduction des coûts de production, la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée et flexible et une grande diffusion de l'information et de l'innovation. En plus de ces bienfaits matériels, MARSHALL énumère d'autres bienfaits immatériels regroupés dans l'« *atmosphère industrielle* ». La grande vitalité des entreprises formant le district industriel modifie le territoire, il va être valorisé, convoité par d'autres entreprises et attirera de plus en plus de résidents. Cet effet d'entraînement peut donner naissance à une agglomération. BECATTINI G. (1979-1987) utilise la notion de district industriel marshallien pour étudier l'organisation industrielle des régions italiennes qui se sont développées selon une approche fortement endogène. A travers ses travaux, BECATTINI définit le district industriel comme « *Une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique (...) il tend à y avoir osmose parfaite entre communauté locale et entreprises. (...). Chacune des nombreuses entreprises qui constituent le district industriel à tendance à se spécialiser dans une seule ou quelques-unes seulement des phases des processus productifs spécifiques au district.* » (DEJARDIN M., et al. 1999). VIDAL F. (1998) ne s'éloigne pas de cette ligne de vision, il donne une définition du district industriel très proche de celle de BECATTINI. Selon lui, le district industriel est « *un grand complexe productif où la coordination entre les différentes phases et le contrôle de la régulation de leur fonctionnement ne sont pas soumis à des règles préétablies ou à des mécanismes hiérarchiques comme cela se déroule dans les grandes entreprises. Dans le district, il tend y avoir une osmose entre les communautés locales et les entreprises. Ces univers ont des caractéristiques communes, ils couvrent l'ensemble du cycle productif (création, production, commercialisation nationale et*

*internationale) et possèdent un secteur de conception et de production de machines liées à leur activité. Ils comportent ainsi toute une gamme de services aux entreprises : comptabilité, design, ingénierie, veille scientifique et technique, marketing, formation, conseil juridique, certification de la qualité, banques de données de tous ordres, etc. » (COURLET C., 2001). Un esprit d'entreprise très développé et une innovation technologique optimisée sont deux éléments nécessaires pour permettre la prospérité d'un district industriel et assurer sa maturité et son évolution pour atteindre d'autres formes organisationnelles plus élaborées. Le district est structuré par un ensemble de règles informelles qui régissent les relations entre entreprises et acteurs sociaux. BECATTINI G. souligne également l'importance des valeurs sociales et une certaine éthique du travail dans le renforcement de la coopération et de la coordination entre unités de production et travailleurs. Cet environnement propice est favorable à l'apparition de diverses formes d'association à l'échelle purement locale : économiques, politiques, syndicales, associatives et même religieuses. Ces associations renforcent la cohésion du district et le préparent à devenir un acteur influant à tous les niveaux (local, régional, national et même international). En atteignant son stade de maturité, un district devient apte à effectuer des transactions à l'échelle internationale, donc à exporter le surplus de sa production. L'élargissement du champ d'influence du district est le résultat d'un développement accéléré de son système productif. En s'ouvrant à l'extérieur, le district industriel se développe davantage, car cette ouverture attire de nouvelles unités industrielles et aussi une main-d'œuvre qualifiée²⁷. De ce fait, « *le district n'est pas un système clos sur lui-même, il est une organisation ouverte sur l'extérieur en raison de ses performances à l'exportation* » (COURLET C., 2001).*

Section 10 : Le Système Productif Localisé (SPL)

C'est une autre forme d'organisation spatiale qui est le résultat de l'évolution d'un district dans sa deuxième phase de maturité intégrant de grandes entreprises. BECATTINI G. et

²⁷ Le développement engendre le développement.

bien d'autres auteurs²⁸, à partir des années 1970, ont enrichi le modèle de district marshallien en mettant l'accent sur la symbiose qui peut naître entre les différentes entreprises concentrées au sein de l'espace local et les groupements sociaux appartenant à cet espace. La notion de SPL a une double dimension, elle ne se contente pas de considérer l'espace comme le support d'un ensemble d'activités de production, mais elle dépasse cette vision étroite en introduisant la dimension sociale, qui est une condition sine qua non pour réaliser le développement endogène des espaces locaux. COURLET C. (1995) a étudié le fonctionnement des SPL sur le territoire français, et il a pu dégager une définition très instructive du SPL « *Le système productif localisé peut se définir comme une configuration d'entreprises regroupées dans un espace de proximité autour d'un métier, voire de plusieurs métiers industriels ou tertiaires. Les entreprises entretiennent des relations entre elles et avec le milieu socioculturel d'insertion. Ces relations ne sont pas seulement marchandes, elles sont aussi informelles et produisent des externalités positives pour l'ensemble des entreprises. Le milieu industriel dominant n'exclut pas la possibilité de l'exercice de plusieurs branches industrielles. Souvent, en fait référence à des PME ; cependant, il existe aussi des relations très territorialisées entre grandes entreprises, entre grands groupes et PME (dans un rapport autre que celui de la sous-traitance traditionnelle).* » (FERGUENE A. et HSAINI A., 1998). « *Le rôle des PME et de leur coopération dans un cadre territorial donné est renforcé par l'importance des effets de proximité et du contexte territorial dans les processus de production et d'innovation. Ce sont de tels éléments, ainsi que leur cohésion, qui sont pris en compte dans la notion de système productif localisé. (...) la densité des liens entretenus entre les unités de production dépend avant tout de l'organisation et du fonctionnement du système de production. (...). Les rapports entre unités sont divers et se présentent sous diverses formes : formels, informels, matériels, immatériels, marchands et non marchands. Ces rapports peuvent porter sur des flux matériels, de services, de main-d'œuvre, de technologie ou encore de connaissance.* » (COURLET C., 2001). A travers ces définitions, on peut citer quatre caractéristiques majeures du SPL :

²⁸ WILKINSON F. (1983) met en exergue la notion de « système productif ». - PIORE M. et SABEL Ch. (1984) parlent de « spécialisation souple ». - RAVEYRE M. F. (1984), SAGLIO J. (1984) et GANNE B. (1992) défendent l'importance du rôle spécifique des institutions dans les régulations sociales locales dans un « système industriel localisé ».

- les entreprises qui forment le SPL sont en général de petite ou de moyenne taille (PME-PMI)²⁹, mais cela n'exclut pas l'existence de grandes entreprises qui peuvent contribuer au renforcement d'une organisation souple, mais efficace du système productif. Les unités de production formant le SPL sont caractérisées par une forte capacité d'adaptation aux évolutions du marché, aux nouvelles techniques de production et aux nouveaux modes d'organisation et de gestion des différentes opérations rattachées au processus de production ;
 - l'existence d'une concurrence accrue et d'une compétition acharnée n'empêche pas les unités de production de développer entre elles des rapports de coopération, et cela, à cause de l'interaction et de l'interdépendance fonctionnelle qui régissent leurs relations mutuelles ;
 - les unités de production -qui interviennent à des niveaux différents du système de production- et les services auxiliaires qui découlent de ce dynamisme offrent des emplois variés et très diversifiés, cela induit une division très poussée du travail ;
 - le fait dominant qui donne au SPL sa spécificité est sans doute la forte interdépendance des entreprises entre elles, et envers les groupes socioculturels locaux, que d'ailleurs BECATTINI G. (1992) surnomme l'« *osmose parfaite entre communauté locale et entreprises* » (FERGUENE A. et HSAINI A., 1998). Cette cohabitation renforce les liens qui naissent entre les unités de production et les populations locales. Ceci est généré par la proximité géographique, culturelle et institutionnelle des acteurs, en plus des autres éléments immatériels dépassant toute vision matérialiste ou comportement opportuniste. On fait référence dans ce cas de figure au fort attachement et au sentiment profond d'appartenance au territoire, qui peut être ressenti par les populations locales envers un territoire ou une région « *système d'appartenance* » (COURLET C., 2001).

Ces éléments regroupés favorisent un développement endogène de l'espace local, un développement basé sur l'utilisation des facteurs de production existant au niveau local, en particulier le savoir-faire et l'innovation technologique qui ne peuvent être que l'œuvre d'une main-d'œuvre hautement qualifiée.

²⁹ Les PME-PMI sont l'un des vecteurs principaux du développement endogène. Une forte concentration de PME-PMI induit une diversité de l'appareil productif, cette diversité immunisera l'espace contre les crises systémiques et contre les délocalisations massives. Par contre, si la grande firme souffre ou se délocalise, c'est tout son espace qui subira les conséquences.

Selon la nature de leur espace de concentration (FERGUENE A. et HSAINI A., 1998), l'agglomération des entreprises sur un espace local pour former un SPL se fait sous trois formes :

- les SPL des anciens centres urbains ;
- les SPL concentrés aux alentours des nouvelles agglomérations urbaines ;
- les SPL concentrés dans les zones rurales caractérisées par une forte activité artisanale.

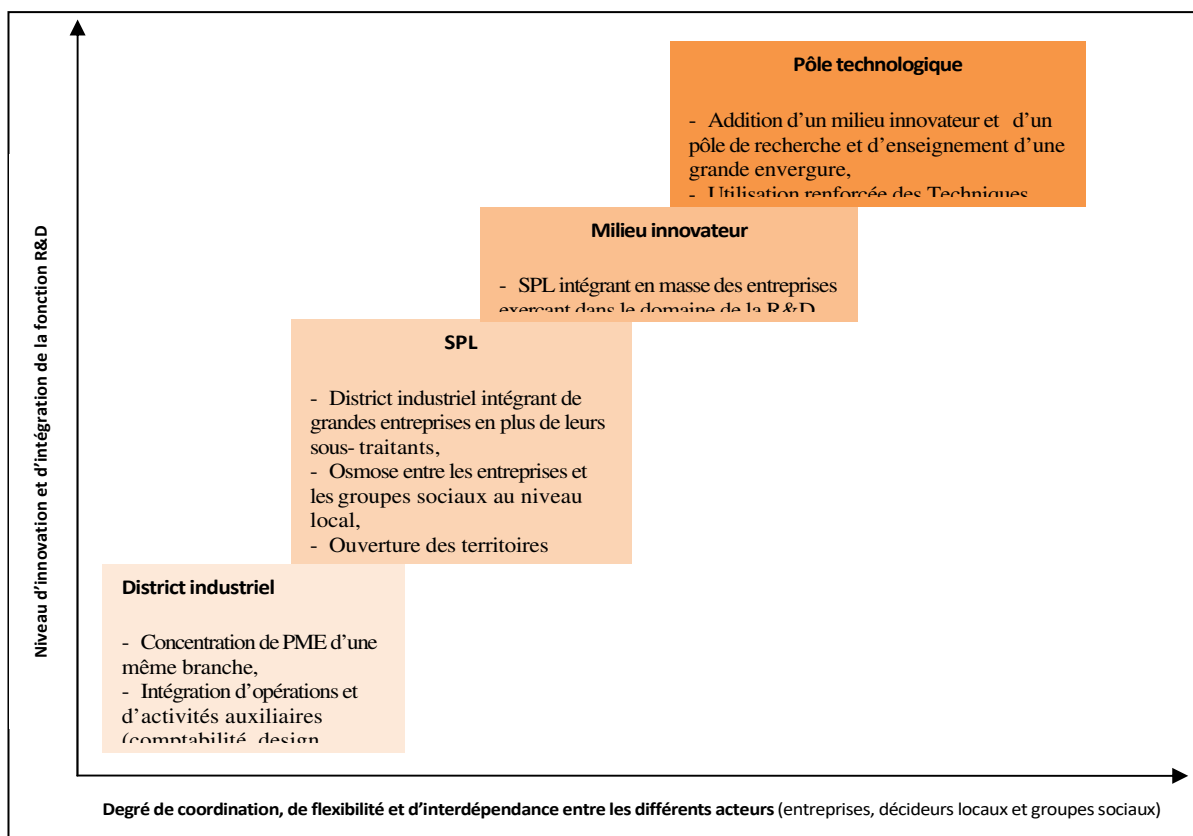
Afin de renforcer les acquis obtenus au niveau local et permettre aux entreprises d'évoluer et de prospérer dans un monde qui ne reconnaît plus de frontières géographiques, le SPL est condamné à avoir une vision globale en élargissant son champ d'influence. Il doit s'ouvrir sur l'extérieur pour trouver de nouveaux débouchés afin d'écouler le surplus de sa production et de bénéficier de l'apport des nouvelles technologies. Par conséquent, donner une dimension internationale aux espaces locaux est une condition indispensable pour augmenter leur productivité et leur capacité concurrentielle, tout cela dans un espace de plus en plus mondialisé et où toute notion de frontière est fortement remise en cause. Cette ouverture indispensable peut se manifester par un afflux de capitaux étrangers vers l'espace local ou sous forme d'implantation d'entreprises locales à l'étranger.

Section 11 : Le district innovateur

Le savoir-faire est l'un des principaux vecteurs du développement endogène, il exprime une maîtrise parfaite des techniques et des procédés de production. Un savoir-faire n'a pas seulement un aspect matériel exprimé par l'introduction de procédés de production novateurs, il peut avoir un aspect immatériel : une meilleure gestion et un perfectionnement de l'organisation des opérations liées à la gestion des procédés de production ou de commercialisation des biens et services. Le savoir-faire traduit une maîtrise du fonctionnement de tous les éléments qui forment l'entreprise et son environnement, il dépend des compétences et des qualifications techniques des différents acteurs liés de loin ou de près à l'ensemble du système productif. Faire le lien entre l'espace géographique et l'innovation est une démarche bien fondée, l'effet de proximité contribue ardemment à renforcer le dynamisme des processus d'innovation. La diffusion des connaissances et du savoir-faire est plus fluide entre les entreprises et les centres de Recherche et développement (R&D) qui sont proches géographiquement, cela a été

démontré par MANSFIELD E. et LEE J. (1996) qui ont constaté que les entreprises américaines signent des contrats de recherche avec les universités et les centres de recherche les plus proches d'eux géographiquement (COURLET C., 2001).

Schéma 7 : Systèmes territoriaux et formes d'organisation des espaces locaux



Source : O. MERADI, 2008.

Le milieu innovateur³⁰ est un SPL intégrant en masse et à grande échelle la notion d'innovation et de R&D. Selon MAILLAT (1996), un milieu innovateur est une concentration sur un même territoire d'un grand nombre d'acteurs : entreprises, associations socioprofessionnelles, instituts de formation, centres de R&D et l'ensemble des administrations publiques, ce regroupement favorise la prolifération des idées novatrices et l'épanouissement des esprits créatifs. A travers cette démarche analytique, MAILLAT définit le milieu innovateur comme « *un ensemble territorialisé dans lequel les interactions entre les agents économiques se développent par l'apprentissage qu'ils font de transactions multilatérales génératrices d'externalités spécifiques à l'innovation et*

³⁰ Il est appelé également « grappe industrielle », « milieu innovateur » ou « cluster ».

par la convergence des apprentissages vers de formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources. » (DEJARDIN M. et al. 1999). L'échange d'informations (par le biais d'accords de coopération entre acteurs) est incontestablement favorable à l'apogée du milieu innovateur, les liens qui naissent entre les différentes entreprises et les instituts de recherche ne peuvent qu'être bénéfiques pour les deux parties et à tout le système de production par simple effet d'entraînement. Comme dans le cas du district industriel ou du SPL, l'utilisation uniquement du savoir-faire local n'est pas une démarche à préconiser dans le cas du milieu innovateur. Le milieu innovateur doit s'internationaliser et s'ouvrir sur le reste du monde afin de mobiliser les facteurs nécessaires pour maintenir son ascension et lui permettre d'exporter son savoir-faire. Mais, tout milieu innovateur doit déterminer les limites qui séparent le local du global, il doit identifier d'un côté, les connaissances *non divulguables* qui ne doivent pas sortir du cadre local, et de l'autre, celles qui sont *divulguables* et qui peuvent être exportées.

Une politique volontariste de l'État, adoptant des mécanismes incitatifs (disponibilité d'infrastructures de base, réduction des taxes, exonération d'impôts pour les sociétés innovantes, etc.), en plus d'une forte concentration des centres de formation et des instituts de recherche scientifique, encouragent les entreprises activant dans le domaine de l'innovation et de la R&D (les entreprises de la nouvelle économie) à s'agglomérer pour former un pôle technologique. La prospérité grandissante de ces entreprises attirera de nouvelles firmes maîtresses bénéficiant d'une image de marque déclenchant ainsi une localisation en cascade. Le territoire joue un rôle central dans ce processus, il est le lieu de concentration du savoir et des connaissances. L'innovation est diffusée sur tout le territoire national, voire international pour que tous les acteurs trouvent leurs comptes, c'est l'effet de rayonnement du pôle technologique. Alors, ces pôles deviendront les neurones de l'appareil productif en particulier et de l'économie dans sa globalité.

Conclusion

Après avoir éclaircis les plus grande ligne qui ont introduit d'une façon cohérente les facteurs de localisation et les notions d'espace et du réseau on déduit qu'Il est très difficile, voire même impossible, de parler du territoire sans aborder les notions de développement. C'est en fait l'espace qui constitue le support physique de toute forme de développement. En s'acharnant derrière le bien-être, l'homme ne cesse de modifier son espace et de

l'organiser sous différentes formes. L'espace local est le théâtre de prédilection de tout type de développement. L'Homme cherche sans cesse à optimiser son bien-être en minimisant ses coûts et en réduisant les torts causés à la nature. Le développement durable est une réponse à la dégradation de l'environnement et à la surexploitation des richesses. Il permet d'assurer l'équilibre entre l'homme et la nature.

L'aménagement du territoire est apparu dans le but de mettre fin à une anarchie et à un déséquilibre spatial qui est la conséquence directe d'un *laisser-faire*, il promulgue l'organisation de l'espace. Les objectifs recherchés par toute politique d'aménagement du territoire sont multiples et de nature différente. Ils sont à la fois économiques et sociaux et même sécuritaires.

Conclusion générale

Ce mémoire a pour objectif d'englober les facteurs de localisation, de l'aménagement du territoire, du développement durable en passant par les modèles et théorie de localisation. Ce dernier nous a ouverts les yeux sur les notions de réseaux et nous a permis de connaître ces différentes gammes en donnant des exemples sur des villes réelles.

Et enfin on dira que la notion d'espace a gagné du terrain et s'est imposée comme une variable incontournable dans l'analyse économique. La naissance de multiples disciplines abordant l'espace démontre cet intérêt grandissant auquel les territoires ne cessent de bénéficier : analyse spatiale, géographie économique, géographie humaine, aménagement du territoire, développement endogène spatialisé, développement durable, intégration régionale, développement local, étude des réseaux urbains et des réseaux de transport, formation et organisation des villes, etc. En économie, le « territoire » désigne le support géographique des activités humaines. La population qui occupe cet espace procède volontairement ou spontanément à son organisation en fonction de paramètres naturels (relief, climat), culturels (traditions, cultes), militaires (défense) et économiques (production, échanges). L'espace géographique est celui sur lequel nous vivons et où se situent nos outils et nos actes, c'est une partie intégrante de notre quotidien.

L'aménagement du territoire consiste à organiser et à optimiser la répartition spatiale du développement et du peuplement dans un souci d'équilibre géographique et d'efficacité économique. La valorisation des espaces par des plans d'aménagement est une démarche volontariste qui a été introduite un peu partout par les Etats organisés afin d'exploiter rationnellement l'espace et d'optimiser son utilité. Plus récemment, la croissance accrue des populations et l'élargissement du champ des activités économiques et sociales a fini par donner à l'espace une valeur importante dans la conception de toute politique de développement. Réaliser l'équilibre spatial est l'objectif de toute politique d'aménagement du territoire, mais cette question est d'une grande complexité car l'espace n'est pas économiquement neutre.

Références bibliographiques

- **ALLOUCHE José** : thèse de doctorat en science de Gestion IAE DE Paris 1 – Panthéon Sorbonne (2004)
- **BAUMONT Catherine et HORIOT Jean-Marie**. De Von Thünen à Fujita : continuité ou rupture ? Édition LATEC, 1996.
- **BENNASR Ali** : L'étalement urbain de Sfax. Revue Tunisienne de Géographie, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Tunis, 2003, pp.49-87.
- **BOUVY Jonathan** : Mémoire 2009 “ la métropole lilloise et la stratégie de localisation des industries dans les arrondissements de Tournai et Mouscron
- **COSTES Nicolas**. Choix de localisation des entreprises, intervention publique et efficacité urbaine : Une analyse théorique et empirique de la réglementation des choix de localisation des activités. Economies et finances. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2008.
- **HURIOT Jean-Marie**. La théorie économique et l'espace : une réconciliation. [Rapport de recherche] Laboratoire d'analyse et de techniques économiques(LATEC), 1997.
- **HADDADI Haddadi** : Mémoire de Magister Filière : Sciences Économiques Option : Économie et Géographie Thème Croissance et développement en Algérie, y a-t-il un rôle pour les Villes Nouvelles ? De Pr KHELADI Mokhtar Devant le Jury OUKACI Kamal MCA Univ. De Béjaïa Président KHELADI Mokhtar Professeur Univ. De Bejaïa Rapporteur BOUKHEZAR Nacéra MCA Univ. De Bejaïa
- **KHELADI Mokhtar** : « Analyse de l'impact de la libéralisation du transport urbain sur le développement de Bejaia ». Laboratoire de Recherche Economie & Développement, Faculté de Droit et des Sciences Economiques de l'Université Abderrahmane MIRA de Bejaia, novembre 2005. P, 29. Projet de recherche N° M 0601/07/2003.
- **Maison de la Recherche** en Sciences de l'Homme 21, quai de la Citadelle 59140 DUNKERQUE (France), Mars 2002.
- **MERADI Ouari**. Mémoire de Magister, 2008.
- **PLASSARD François** « Economie spatiale - Chapitre 1. Les mécaniques de l'espace ». Université Lyon 2, Faculté de Sciences Economiques, année 1999- 2000.
- **THISSE Jacques François** « L'oubli de l'espace dans la pensée économique »