



# IDE et compétitivité territoriale, le voyage ou la libre circulation des capitaux à l'aune de l'attractivité des territoires

Jennifer Marchand

## ► To cite this version:

Jennifer Marchand. IDE et compétitivité territoriale, le voyage ou la libre circulation des capitaux à l'aune de l'attractivité des territoires. Variations juridiques sur le thème du voyage, Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, pp.169-180, 2015, 10.4000/books.putc.863 . hal-04435884

**HAL Id: hal-04435884**

**<https://uca.hal.science/hal-04435884>**

Submitted on 2 Feb 2024

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

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

# **IDE ET COMPÉTITIVITÉ TERRITORIALE, LE VOYAGE OU LA LIBRE CIRCULATION DES CAPITAUX À L'AUNE DE L'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES**

**Jennifer MARCHAND,**

*Docteur en droit public, Université Toulouse 1 Capitole*

*IDETCOM*

Le concept de voyage est éminemment polysémique. Il suppose la libre circulation d'un territoire à un autre du voyageur, personne physique, mais aussi, dans un contexte marqué par l'impact de la mondialisation, des capitaux et des investissements. La question des logiques sous-tendant la localisation et l'implantation des investissements directs étrangers est longtemps restée purement académique. Aujourd'hui, elle est devenue quasiment stratégique<sup>1</sup> pour les autorités économiques et politiques qui s'efforcent d'attirer sur leur territoire, tant national que local, les investissements étrangers supposés être créateurs d'emplois et susceptibles de redynamiser le tissu industriel local. Le territoire est désormais au centre des stratégies d'attractivité pour le développement économique et devient un véritable sujet de l'action politique<sup>2</sup>. Pour favoriser le voyage, -la circulation des capitaux et investissements-, le territoire doit promouvoir son attractivité ce qui induit un autre type de voyage, celui des personnels qualifiés qui circuleraient au gré de la compétitivité et de l'attractivité des territoires. La libéralisation des échanges fait de l'attractivité, conçue comme "la capacité d'attirer de la main d'œuvre qualifiée et des compétences comme des moyens pour favoriser le développement économique la régénération urbaine" la condition de la compétitivité des territoires<sup>3</sup>.

Depuis la crise économique, la France enregistre un recul des flux d'investissements directs étrangers (IDE) mais la France était en 2011 la 9<sup>e</sup> destination mondiale et la 3<sup>e</sup> destination européenne. Par rapport à la richesse nationale, la France accueille deux fois plus d'investissements étrangers que l'Allemagne ou l'Italie. L'ouverture de la France s'est renforcée en une décennie puisque les flux d'IDE qui représentaient 29% du PIB en 2000 en représentent 35% en 2011. La France conserve sa 3<sup>e</sup> place au classement des pays européens derrière le Royaume-Uni et l'Allemagne. Mais alors que ces deux pays continuent de progresser, la France enregistre un recul de 13%<sup>4</sup>. Compétitivité et attractivité sont devenues omniprésentes dans le discours public. Véritable *leitmotiv*, ces injonctions à la performance influencent les politiques publiques. La globalisation a introduit de nouvelles règles du jeu, à la fois dans les stratégies d'investissement des firmes multinationales et dans la concurrence s'exerçant entre les territoires potentiellement attracteurs de capitaux. Les territoires afin de conserver et décupler leurs atouts dans la compétition mondiale développent des politiques de séduction (I) et des projets de territoire (II) afin de capter et pérenniser les investissements étrangers. Ces orientations s'efforcent

---

<sup>1</sup> *La géopolitique de la compétitivité*, CLES, note hebdomadaire, n°120, décembre 2013

<sup>2</sup> *L'attractivité des territoires: regards croisés*, Actes des séminaires, PUCA, fév. juill. 2007,

<sup>3</sup> G. ARDINAT, *Géographie de la compétitivité*, PUF, Coll. Partage du savoir, 2013, p. 85; J.-M. PONTIER, "L'aménagement du territoire, rêve enfui", *AJDA* 2013, p. 2302

<sup>4</sup> *e-Mutecos, Lettre électronique de l'anticipation des mutations économiques*, n° 6, mai 2014

de trouver un équilibre entre une approche macro/micro, entre concurrence et solidarité, entre subordination et partenariat.

## **I - POLITIQUE DE SÉDUCTION<sup>5</sup> DU TERRITOIRE ET CAPTATION DES INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS**

Le capitalisme financier génère une concurrence dans la capacité des territoires à attirer les capitaux suscitant une surenchère de ces derniers afin de capter les investissements. Le marketing territorial (A) et le dumping juridique et fiscal notamment (B) sont les principaux outils des territoires dans leur politique de conquête des investissements.

### **A - Le marketing territorial ou l'image, vecteur d'attraction des entreprises et investissements étrangers**

Le rayonnement des territoires est un défi stratégique pour les collectivités qui souhaitent pérenniser leur développement local. L'attractivité passe alors par l'intégration d'une logique managériale (1) et la promotion d'un marketing pays (2).

#### **1) La logique managériale appliquée aux territoires**

La notion d'attractivité indique la capacité d'un territoire à attirer des investissements étrangers. "La séduction des nations devient un principe d'action publique faisant primer l'attraction des capitaux dans un schéma de rivalité entre territoires"<sup>6</sup>. Désormais, les territoires utilisent les outils du marketing pour définir leur positionnement et faire valoir leur différence et leurs atouts dans la mondialisation. Le marketing territorial est une démarche visant à améliorer la part de marché d'un territoire donné dans les flux internationaux de commerce, d'investissement ou de compétences<sup>7</sup>. La globalisation et l'accroissement des flux d'IDE génèrent une compétition âpre entre les territoires pour l'accueil des investissements mobiles. Le territoire doit donc se préoccuper de sa promotion internationale. Pour attirer les investissements, la valorisation des actifs immatériels, notamment les marques publiques, semble être l'un des outils pour réaliser cet objectif<sup>8</sup>. La marque<sup>9</sup> confère une

---

<sup>5</sup> C.-A. MICHALET, *La séduction des nations. Ou comment attirer les investissements*, Économica, 1999, 140 pages

<sup>6</sup> T. LAMARCHE, "Le territoire entre politique de développement et attractivité", *Études de communication*, 26 | 2003

<sup>7</sup> F.HATEM, *Marketing territorial*, Éditions EMS / Corlet Éditions, 2007, 305 pages

<sup>8</sup> Commission sur l'Économie de l'Immatériel, *L'économie de l'immatériel, La croissance de demain*, sous la direction de M. Lévy et J-P. Jouyet, Paris, La Documentation Française, 2006

<sup>9</sup> *Les métamorphoses de la marque*, Actes du colloque du 4 juin 2010, UT1, IFR, coll. Les travaux de l'IFR. Mutation des normes juridiques, 2011, 176 pages

visibilité et sa valorisation<sup>10</sup> peut avoir un impact économique non négligeable. La marque publique est un levier d'attractivité et de différenciation. Il s'agit pour les territoires de communiquer sur leurs différences, d'insister sur leur spécialisation afin d'être pris en compte lors des choix de localisation des firmes et investissements. L'attractivité du territoire réside dans sa capacité à créer de la valeur, à suggérer une identité propre génératrice d'implantations d'entreprises. Le marketing territorial est un levier de développement. Il promeut la notoriété du territoire en véhiculant une image de performance et de confiance auprès des investisseurs.

## **2) La “Marque France”**

La “marque pays” s’attache à maximiser l’attractivité d’un territoire national. Elle doit pour cela puiser dans les représentations qu’a la nation d’elle-même et qu’elle renvoie à l’extérieur de ses frontières<sup>11</sup>. Le projet d’une “Marque France” s’inscrit dans cette logique. Une commission a été mise en place en décembre 2013 afin de réfléchir sur la “Marque France”. L’enjeu est d’associer à la France non plus seulement une image liée au luxe ou à la gastronomie mais aussi l’innovation technologique et l’industrie de pointe. L’objectif est de: “mettre en lumière les enjeux, les voies et les moyens qui existent pour mettre en œuvre une stratégie de marque nationale fondée sur un marketing pays”. La “Marque France”consistera à promouvoir la destination France pour les investissements directs étrangers.

## **B - Le dumping juridique ou le droit, facteur d'implantation des entreprises et investissements étrangers**

Le droit est un facteur de croissance économique mais aussi une arme stratégique<sup>12</sup>. L'attractivité des territoires passe par une politique de promotion du modèle juridique (1) et fiscal (2).

### **1) Concurrence des systèmes juridiques et attractivité juridique**

“Les États, parce qu'ils ont quelque chose à gagner, ou à perdre, avec des entreprises développant (ou non) leurs activités sous l'empire de leur droit, s'investissent dans une politique législative de séduction des entreprises et d'investissements (*regulatory competition*)<sup>13</sup>”. Le postulat adopté est que le droit constitue un instrument d’attractivité pour les investisseurs et améliore l’environnement des affaires<sup>14</sup>. “L’efficacité économique, qui se traduit par la plus ou moins forte attractivité d'un système juridique, devient ainsi un de ses critères de

---

<sup>10</sup> Agence du patrimoine immatériel de l'État, *Marques publiques, comment les protéger?*, Cahiers pratiques, mai 2014

C. ROSSETTI, “Vers une gestion stratégique des marques publiques”, *AJDA* 2010, p. 2197

<sup>11</sup> *La géopolitique de la compétitivité, op. cit.*

<sup>12</sup> B. du MARAIS, *op. cit.*

<sup>13</sup> G. VIEIRA DA COSTA CERQUEIRA, “Libre circulation des sociétés en Europe : concurrence ou convergence des modèles juridiques ?”, *RTD Eur.* 2014 p. 7

<sup>14</sup> C. REVEL, “Le droit, un atout immatériel dans la compétition internationale”, *D.* 2008, p. 1672

performance. [...] Le droit est devenu une variable de désirabilité d'un État<sup>15</sup>”. L'attractivité du territoire dépend alors de la qualité du droit comme le rappelait une circulaire du 7 juillet 2011 selon laquelle : “À la qualité de la règle de droit s'attachent des enjeux déterminants pour l'attractivité de notre système juridique et pour notre compétitivité économique”.

La concurrence généralisée a gagné les systèmes juridiques<sup>16</sup>. Dans ce cadre, la compétition entre les modèles juridiques (*Common Law versus Civil Law*) se matérialise par des indicateurs de compétitivité, de “risque pays” ou encore de “qualité du droit”<sup>17</sup>. La Banque mondiale publie les rapports *Doing Business* depuis 2004. Inspirés du courant intellectuel *Legal origins*, ces rapports véhiculent l'idée simpliste selon laquelle le développement économique d'un territoire est fonction de l'origine légale et que les pays de tradition de *Common Law* sont les plus performants. Ces rapports très critiqués en France ont suscité un sursaut tendant à promouvoir le droit continental comme vecteur de compétitivité<sup>18</sup>. Néanmoins, force est de constater que parmi les facteurs de localisation des entreprises figure, si ce n'est la qualité du droit, la stabilité juridique et institutionnelle. Cette dernière peut améliorer le climat des affaires et le potentiel d'attractivité d'un territoire en agissant comme un facteur de facilitation de l'investissement, en diminuant notamment l'incertitude pour les investisseurs étrangers. La sécurité juridique assure la sécurisation des investissements et par ricochet permet la confiance des entreprises et investisseurs. Ainsi, “la crédibilité sociale et économique des acteurs envers le cadre juridique s'impose comme un critère particulièrement significatif de la valeur effective d'un système de droit au profit du développement économique<sup>19</sup>”. Dans une optique de marchandisation du droit<sup>20</sup>, les territoires doivent créer un environnement attractif et rassurant propice aux investissements. Les réformes actuelles, telles qu'elles ont été formulées à l'issue du Conseil stratégique de l'attractivité du 17 février 2014, résident dans un mouvement de simplification généralisée des démarches dont la dynamique est portée par le Conseil de la simplification des entreprises<sup>21</sup> et des incitations pour attirer les start-up et talents étrangers.

---

<sup>15</sup> C. COLLARD, “Concevoir le droit comme un produit”, *Mélanges en l'honneur du professeur Dekeuwer-Défossez*, Montchrestien, 2012, p. 421

<sup>16</sup> M.-C. PONTTHOREAU, “Trois interprétations de la globalisation juridique. Approche critique des mutations du droit public”, *AJDA* 2006, p. 20

<sup>17</sup> B. du MARAIS, “La guerre du Droit. Système juridique, levier de développement ou frein?”, *FIDES, Journées d'économie de Lyon* 2011

<sup>18</sup> B. du MARAIS (sous dir.), D. BLANCHET et A. DORBEC, *Des indicateurs pour mesurer le droit ? Les limites méthodologiques des rapports Doing Business*, Doc. fr., coll. « Perspectives sur la justice », 2006. En réaction au rapport *Doing Business* a été créé en 2004, le programme Attractivité économique du droit dirigé par Bertrand du Marais, auquel succéda, fin 2007, le programme Efficacité économique du droit porté par la nouvelle Fondation pour le droit continental. Voir également *Revue de droit Henri Capitant* 2010, n°1, *L'analyse économique du droit et la compétition des droits*, III<sup>e</sup> partie

<sup>19</sup> A. RAYNOUARD, A.-J. KERHUEL, “L'évaluation des systèmes juridiques au cœur de la tourmente”, *D.* 2010 p. 2928

<sup>20</sup> P. de MONTALIVET, “La marketisation du droit. Réflexions sur la concurrence des droits”, *D.* 2013 p. 2923

<sup>21</sup> Décret n° 2014-11 du 8 janvier 2014 instituant le conseil de la simplification pour les entreprises, *JORF* 10 janv. 2014 p. 280.

## 2) Attractivité et concurrence fiscale

Dans un contexte de concurrence des systèmes juridiques, se développe le *Law shopping*. Les entreprises s'implantent dans les territoires où l'ordre juridique leur est le plus favorable. Optant pour des "pavillons de complaisance", elles suscitent une concurrence inter-territoriale. Si contrairement aux idées reçues le niveau de la fiscalité n'est pas prépondérant pour la localisation des activités<sup>22</sup>, "la fiscalité est une arme souvent décisive"<sup>23</sup>. L'intégration européenne favorise la création d'un marché unique des travailleurs, des capitaux, des biens et des services, mais elle laisse aux États la haute main sur leur fiscalité, expression de leur souveraineté économique. Or, celle-ci joue un rôle important dans l'attractivité d'un territoire<sup>24</sup>: elle influence les choix d'implantation des firmes, l'allocation de l'épargne.... Faute d'harmonisation<sup>25</sup>, cela génère notamment une concurrence sur le taux de taxation des bénéfices. Paradoxalement, la monnaie unique, en privant les états de l'instrument du taux de change, a accru la tentation du dumping fiscal. L'adhésion de nouveaux membres, ayant un niveau de fiscalité nettement plus faible, a ainsi augmenté l'intensité de la concurrence fiscale<sup>26</sup>. Après la mise en œuvre de l'espace financier européen, les gouvernements se sont inquiétés de l'érosion des recettes fiscales. Cette inquiétude a été à la base de la régulation européenne de la concurrence fiscale, effectuée surtout par le biais du Code de conduite sur la fiscalité directe des entreprises et du régime des aides d'État (notion de pratiques fiscales dommageables)<sup>27</sup>.

## II - PROJET DE TERRITOIRE ET PÉRENISATION DES INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS

Afin de fixer les entreprises nomades, l'objectif est de créer une synergie entre le territoire et les firmes afin non plus seulement d'attirer les investissements mais d'assurer leur pérennité. Les pôles de compétitivité (A) et les aires métropolitaines et/ou régionales (B) semblent subordonner l'attractivité des territoires à leur capacité à susciter des dynamiques avec les firmes sur un mode de complémentarité voire de solidarité. La séduction ne

---

<sup>22</sup> 22<sup>ème</sup> rapport au Président de la République du Conseil des impôts, *La concurrence fiscale et l'entreprise*, éd. Les Journaux officiels, 2004, p. 260

<sup>23</sup> Répertoire Dalloz Sociétés, V<sup>o</sup> Groupe de sociétés, n° 12 ; B. GIBERT, C. BAVAGNOLI et J.-B. NICOLAS, Rapport au ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, *Améliorer la sécurité du droit fiscal pour renforcer l'attractivité du territoire*, sept. 2004

<sup>24</sup> C. LOPEZ, "La fiscalité comme vecteur de l'attractivité du territoire", in *La globalisation fiscale*, 2006, p. 245

<sup>25</sup> B. DELAUNAY, "Droit de l'Union européenne et politique fiscale", *RFFP* 2014, n°126, p. 51

<sup>26</sup> L'Europe et la concurrence fiscale, *Alternative économique* Hors série oct. 2009 n°82 ; T. LAMBERT, "Réflexions sur la concurrence fiscale", *D.* 2010 p. 1733

<sup>27</sup> A. CARLOS DOS SANTOS, *L'Union européenne et la régulation de la concurrence fiscale*, Bruylant, 2009, 696 pages.

Sur la soumission de la fiscalité au droit des aides d'État, voir la Communication de la Commission sur l'application des règles relatives aux aides d'État aux mesures relevant de la fiscalité directe des entreprises (98/C 384/03) et l'arrêt CJUE, 15 nov. 2011, aff. C-106/09, *Commission c/ Gvt of Gibraltar et Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord*

passer plus seulement par les “avantages concurrentiels” offerts par les territoires mais par le projet porté par ces derniers favorisant un mode de relation reposant sur la coopération.

## **A - Les pôles de compétitivité, de l'aménagement du territoire à l'attractivité territoriale**

Dans un contexte marqué par la globalisation et la mobilité des entreprises, le local tend à être réaffirmé (1) grâce à une approche de concentration géographique des atouts concurrentiels portée par les pôles de compétitivité (2).

### **1) La réaffirmation des territoires dans la mondialisation**

“Le paradigme de l’attractivité territoriale semble avoir définitivement supplanté celui de l’aménagement du territoire<sup>28</sup>”. L’aménagement du territoire, politique de planification et des grands projets dans les années 1960-1970, a changé de modèle pour se concentrer sur la compétitivité et l'attractivité des territoires. Le pluriel traduit la mutation de l'aménagement du territoire soulignée par le Professeur Jean-Marie PONTIER, pour qui l'aménagement du territoire est un rêve enfui : “L'aménagement du territoire est concurrencé en ce sens qu'aujourd'hui ce qui est jugé important c'est la pluralité des territoires.[...] Ce qui est valorisé, ce n'est pas ou ce n'est plus le territoire de l'État, c'est le territoire des collectivités territoriales<sup>29</sup>”. L'aménagement du territoire ambitionne dorénavant de rendre la nation compétitive. Pour ce faire, les territoires doivent offrir aux firmes un environnement attractif. “Ce sont les caractéristiques des territoires et leurs capacités à promouvoir des relations en leur sein et en dehors qui créent les singularités différenciant les territoires, fondant leur compétitivité et leur permettant de concurrencer d’autres territoires pour attirer les acteurs économiques mobiles<sup>30</sup>”.

### **2) L'attractivité des pôles de compétitivité**

Si la transposition du concept de compétitivité au territoire a pu être critiquée<sup>31</sup>, celle des firmes implantées sur celui-ci permet indéniablement d'améliorer l'attractivité du territoire<sup>32</sup>. En 1990, Michael PORTER a popularisé la description des phénomènes d’agglomération d’entreprises, et le concept de cluster en particulier, en le définissant comme “une concentration géographique d'entreprises liées entre elles, de fournisseurs spécialisés, de prestataires de services, de firmes d'industries connexes et d'institutions associées dans un domaine particulier, qui s'affrontent et coopèrent”. Les pôles de compétitivité fondent une véritable dynamique de filière et structure l’économie autour d’un couple pôle d’excellence/territoire. L'ancrage territorial est

---

<sup>28</sup> R. PASQUIER, “Quand le local rencontre le global : contours et enjeux de l'action internationale des collectivités territoriales”, *RFAP*, 2012/1 n° 141, p. 167-182

<sup>29</sup> J.-M. PONTIER, *op. cit.*

<sup>30</sup> P. MENAGE, *Comprendre la compétitivité territoriale: différences avec l'attractivité territoriale et rôle des réseaux d'acteurs*, [www.cnfpt.fr](http://www.cnfpt.fr)

<sup>31</sup> L'idée de compétitivité du territoire a notamment été critiquée par Paul KRUGMAN et Michael PORTER

<sup>32</sup> M. DELAPLACE, “La politique des pôles de compétitivité : la question de l'articulation entre compétitivité des entreprises et compétitivité des territoires”, *Géographie, économie, société*, 2011/3 Vol. 13, p. 255

prépondérant<sup>33</sup>. La proximité géographique d'acteurs complémentaires permet d'attirer les investissements sur le territoire. En accordant une place prépondérante aux PME, tout en animant des réseaux plus vastes d'acteurs économiques, les pôles de compétitivité forment des périmètres stratégiques à l'intérieur des territoires régionaux. "Les mutations liées à la globalisation de l'économie, la nouvelle répartition des activités dans l'espace, l'ouverture des marchés exercent des pressions sur les États, les soumettant à des impératifs d'évolution et d'adaptation. Ces mutations associées aux crises successives que connaissent les économies occidentales depuis les années 1970 ont pour conséquences paradoxales de réactiver le rôle du local dans la croissance économique des pays. La dynamisation des territoires devient un enjeu central de l'adaptation à la mondialisation<sup>34</sup>". Les phénomènes de globalisation sont étroitement liés à des mouvements de concentration de l'activité économique au niveau territorial. Le local et le global sont par conséquent étroitement interdépendants<sup>35</sup>.

## **B - Légitimité et attractivité du territoire infra-national dans le développement économique**

En opposition à la globalisation et à la mondialisation des marchés, le territoire local apparaît comme l'échelon pertinent pour porter la politique d'attractivité économique au niveau européen (1) et national (2).

### **1) La dimension territoriale de la stratégie économique de l'Union européenne**

La compétitivité des régions figure parmi les principaux objectifs à atteindre afin d'orienter l'Union européenne vers une "croissance intelligente, durable et inclusive". Les territoires apparaissent comme des éléments pertinents pour la politique européenne. C'est au niveau des régions que les synergies entre les différentes politiques de l'Union peuvent être le mieux exploitées afin de renforcer la capacité à innover<sup>36</sup>. La stratégie européenne de compétitivité et d'innovation a pour objectif "d'enrôler tous les espaces régionaux et l'ensemble des territoires organisés de l'Union européenne dans un mouvement général d'amélioration des gains de productivité pour les entreprises [...]. Cette mobilisation des territoires à des fins économiques [...] tend à montrer que désormais dans la course aux avantages concurrentiels, les régions sont en première ligne<sup>37</sup>". La stratégie Horizon 2020 "vise à libérer le potentiel territorial par l'intermédiaire de stratégies de développement qui s'appuient sur une appréhension locale et régionale des besoins pour concevoir des solutions optimales de développement à long terme". Au cœur de la mondialisation, la compétitivité de l'espace européen est tributaire de l'attractivité des régions et aires métropolitaines des États membres. La politique européenne met l'accent sur

---

<sup>33</sup> Conseil d'Analyse économique, *Crise et croissance, une stratégie pour la France*, rapport de Philippe AGHION, Gilbert CETTE, Élie COHEN et Mathilde LEMOINE, 2011, p. 54

<sup>34</sup> D. CHABAULT, V. PERRET, "Pôles de compétitivité 2.0 : les enjeux stratégiques et managériaux de la clusterisation des dynamiques compétitives", in *L'État des entreprises 2011*, La Découverte, 2010, p. 31

<sup>35</sup> P. BARRE, "Innovation, connaissances et avantages comparatifs territoriaux", in *Créativité et innovation dans les territoires: une stratégie d'avenir?*, CEREQ, juillet 2012

<sup>36</sup> Commission européenne, *Les régions actrices du changement économique* (communication 675 final), 2006

<sup>37</sup> *La place des territoires dans la nouvelle stratégie économique européenne*, Bulletin de l'Observatoire des politiques économiques en Europe, Hiver 2009



la compétitivité des régions dont le rôle est devenu fondamental pour la réalisation de la politique européenne<sup>38</sup>. Les territoires sont devenus des acteurs économiques dont la mission est de renforcer la compétitivité des firmes qu'ils hébergent. La compétitivité entérine le fait que les entités territoriales sont en concurrence les unes avec les autres et que les avantages comparés des uns et des autres sont périodiquement remis en cause. La programmation 2014-2020 infléchit cette idée en abandonnant l'objectif "compétitivité des régions" pour l'objectif "investissement dans la croissance et l'emploi" et en promouvant une approche intégrée. Le territoire est lui-même facteur d'efficacité et la stratégie de l'Union, s'inspirant du mouvement de la Nouvelle géographie économique, s'oriente de plus en plus vers la valorisation du potentiel local.

## **2) Régions et métropoles: échelons pertinents d'attractivité économique**

L'analyse empirique révèle que la décentralisation a un impact très positif sur les résultats économiques des pays et des régions: dans la plupart des aspects, un niveau supérieur de décentralisation est lié à une croissance économique plus forte<sup>39</sup>. La décentralisation permet de diminuer les circuits de décision et d'information et contribue à une gestion plus efficace. La difficulté majeure réside dans l'identification de l'échelon territorial le plus pertinent afin de porter les objectifs de la politique économique. Afin de contribuer au redressement productif du pays, le territoire le plus approprié doit avoir une taille critique pour fixer les enjeux stratégiques et une légitimité suffisante pour porter des compétences accrues. Les dernières réformes en la matière<sup>40</sup> semblent faire des régions et des métropoles, les niveaux territoriaux moteurs dans le développement économique et la captation des investissements étrangers<sup>41</sup>.

Les régions apparaissent désormais comme l'échelon géographique le plus pertinent pour porter les réformes économiques. "Dans un contexte de tension sur les finances publiques et, dans le cas français, de déficit de compétitivité, il semble préférable de miser sur des mesures plus microéconomiques, sans doute plus faciles à prendre à l'échelon local. Voilà qui devrait conférer aux régions un rôle majeur dans les prochaines années<sup>42</sup>". La loi du 27 janvier 2014 accroît le rôle des régions en leur conférant le rôle de chef de file notamment en matière de développement économique et en leur transférant la gestions des fonds structurels européens. Le projet de loi portant nouvelle organisation territoriale de la République renforce également le rôle des régions. Pour l'exercice de leurs compétences, elles disposeront d'un pouvoir réglementaire "d'adaptation<sup>43</sup>" dont la loi définit l'étendue

---

<sup>38</sup> H. CAPRON, "La compétitivité des régions", *Reflets et perspectives de la vie économique*, 2009/1-2, p. 115

<sup>39</sup> *De la subsidiarité à la réussite: l'impact de la décentralisation sur la croissance économique*, Assemblée des régions d'Europe, 2009

<sup>40</sup> Loi n° 2014-58 du 27 janv. 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ; projet de loi relatif à la délimitation des régions, aux élections régionales et départementales et modifiant le calendrier électoral

<sup>41</sup> B. FAURE, " "Penser le changement" ou "changer le pansement"? ", *AJDA* 2014, p. 600

<sup>42</sup> N. BOUZOU, *Renforcer le rôle économique des régions*, Fondapol, Fondation pour l'innovation politique, mars 2010

<sup>43</sup> J.-M. PONTIER, "De l'extension (à venir) du pouvoir réglementaire des régions", *JCP A* n°5, fév. 2014, act. 103

pour chaque compétence. A cela s'ajoute, la diminution du nombre de régions. Afin d'accroître la compétitivité sur le plan international de nos territoires locaux, il leur faut une taille critique. L'argument avancé à la suite du projet de loi relatif à la délimitation des régions est de faire émerger des régions plus puissantes et regroupées à même de lutter avec la puissance économique des Länders allemands ou des régions espagnoles. À ce titre, elles disposeront de compétences stratégiques élargies et d'outils pour accompagner la croissance des entreprises. Toutefois, les budgets des régions françaises restent bien en deçà de leurs homologues européennes. Malgré les fusions opérées, il est probable que le niveau d'intervention des futures régions restera comparable à ce qu'il est aujourd'hui. Sans un accroissement des compétences et des ressources des régions, la politique d'attractivité et de compétitivité devra s'appuyer sur le rayonnement des métropoles.

Les métropoles telles qu'elles ont été réformées en 2014 apparaissent comme un facteur de complexification supplémentaire dans un contexte prônant la simplification du mille-feuille administratif. Cependant, l'articulation entre ces deux échelons peut servir une politique de compétitivité efficace en posant les bases d'une coopération, d'une complémentarité entre ces territoires. Selon le projet de loi portant nouvelle organisation territoriale de la République: "Les régions disposeront de tous les leviers nécessaires pour assurer, aux côtés de l'État, dans les territoires, la responsabilité du développement économique, de l'innovation et de l'internationalisation des entreprises. Cette compétence s'articulera avec les nouvelles compétences des métropoles". Les régions ne pouvant à elles seules porter la politique économique, elles détermineront les grandes orientations stratégiques lesquelles seront relayées par les métropoles. Concentrant les activités économiques, les métropoles appuieront les PME. Les métropoles sont des atouts majeurs pour la France en termes d'influence et d'attractivité. Les métropoles sont désormais des "territoires de compétitivité stratégiques". L'échelon métropolitain, par sa masse critique, permet de renforcer le rayonnement de toute une région et de se positionner par rapport à d'autres grandes agglomérations européennes ou mondiales dans un contexte éminemment concurrentiel.

\* \*  
\*

Tout comme le voyage, qui favorise le métissage, cette étude transversale est au carrefour de plusieurs champs d'étude: l'économie industrielle, le marketing, l'analyse économique du droit, la géographie/aménagement du territoire, et le droit. Un tel sujet illustre le développement d'une politique d'influence, voire même d'une politique de guerre économique et territoriale afin de capter les investissements et capitaux étrangers. "Si la mondialisation économique est désormais l'arène privilégiée de la compétition entre États, la compétitivité est d'évidence l'une des expressions nouvelles de leur degré de puissance et d'influence"<sup>44</sup>. Pour affronter un environnement mondialisé, les territoires ne doivent plus seulement se prévaloir d'avantages comparatifs mais d'avantages différenciatifs<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> "La géopolitique de la compétitivité", *op. cit.*

<sup>45</sup> S. COISSARD, B. PECQUEUR, "Des avantages comparatifs aux avantages différenciatifs, une approche par le territoire", *Les dynamiques territoriales : débats et enjeux des différentes approches disciplinaires*, Colloque de l'ASRDLF Grenoble et Chambéry, 2007