



LES RELATIONS des entreprises avec leur territoire

Septembre 2018

ÉDITO

Le hasard du calendrier faisant bien les choses, c'est alors que vient de débiter l'examen parlementaire du projet de loi « PACTE », que nous avons le plaisir de vous présenter cette publication. Réalisée par la Chaire d'Économie urbaine de l'Essec et la Direction des études de La Banque Postale, elle s'inscrit dans le cadre du partenariat qui lie nos deux institutions, dans une volonté partagée de toujours mieux comprendre les besoins des acteurs publics et privés qui œuvrent au développement économique des territoires.

En analysant les différents critères de localisation des entreprises, dont certains déjà connus ou intuitivement supposés, elle confirme la nécessité de revisiter nombre d'idées reçues sur les critères d'attractivité des territoires, et notamment sur les attentes que nourrissent les entreprises à l'égard des décideurs publics locaux.

Cette étude pointe également le décalage qu'il peut y avoir entre lesdites attentes en termes de ressources territoriales et la satisfaction que les entreprises en retirent, ou non, en nous livrant des éléments utiles permettant d'interpeller les pouvoirs exécutifs locaux.

Notre ambition, en publiant les résultats de cette étude, est de faire émerger des pistes de réflexion que nous souhaitons mettre en débat entre décideurs publics locaux et régionaux et entrepreneurs, dans le cadre de réunions régionales que nous organiserons dans les prochains mois et que nous élargirons à l'ensemble des acteurs du développement économique.

Franck Vallerugo

Professeur titulaire de la Chaire d'Économie urbaine de l'ESSEC

Serge Bayard

Directeur des Entreprises et du Développement des Territoires - La Banque Postale

INTRODUCTION

D'abondantes recherches, théoriques et empiriques, ont été menées sur l'existence d'une « compétitivité territoriale » résultant de l'ensemble des avantages que les territoires locaux sont amenés à développer pour attirer des entreprises en situation de choix de localisation. Nous savons aujourd'hui que ce choix résulte d'un processus « complexe » de décision, car faisant intervenir de nombreux critères et acteurs.

C'est donc une offre territoriale tout aussi « complexe » qui va être recherchée. L'enjeu pour les collectivités locales est en effet non seulement d'attirer les entreprises sur leur territoire mais de veiller à leur procurer, dans le temps, les ressources (au sens large) nécessaires à leur développement, pour éviter leur départ. Le territoire est ainsi appréhendé comme une offre « assurantielle »¹ pour les entreprises, sur laquelle les collectivités ont un rôle stratégique à jouer.

Cela interroge directement la nature des liens entre les entreprises et leur territoire d'implantation ; ces dernières pouvant rechercher certaines ressources de main-d'œuvre et/ou une certaine densité et qualité de services à travers des externalités d'urbanisation et/ou des externalités d'agglomération, autrement dit les avantages procurés par un « milieu économique » local, qui conduisent certains établissements à « s'agglomérer » pour développer et bénéficier d'un écosystème d'interactions vertueuses (produisant ainsi des « effets de milieu »). S'y ajoutent d'autres critères ayant trait à la gouvernance locale : la qualité d'organisation du territoire, son image ou encore la capacité des différents acteurs locaux, publics et privés, à travailler ensemble.

Définitions

Externalités d'agglomération : elles correspondent aux avantages externes à l'entreprise mais internes à l'industrie localisée dans le territoire. Elles proviennent de la densité et de la diversité des agents économiques au niveau local. Il peut s'agir par exemple de la présence d'infrastructures de transports ou de communication, ou d'un réseau adapté et spécialisé de sous-traitants.

Externalités d'urbanisation : elles correspondent aux avantages externes à l'entreprise et à l'industrie, mais internes au territoire. Elles dépendent de la taille de l'agglomération. Elles renvoient à la concentration de la population, à la présence de certains services aux entreprises ou équipements et infrastructures, mais aussi plus globalement à la qualité de l'environnement urbain.

Afin de mieux cerner ces différents critères de localisation et pour avoir **une meilleure compréhension des rapports entretenus par les entreprises avec leur territoire**, La Banque Postale a chargé la Chaire d'Économie urbaine (CEU) de l'Essec de

réaliser une étude quantitative auprès d'un panel de 50 000 entreprises sur la base d'un questionnaire élaboré conjointement (cf. *précisions méthodologiques*).

Le choix a été fait d'appréhender les comportements territoriaux d'entreprises en mesurant à la fois :

- l'importance (dans l'absolu) qu'elles accordent aux différentes ressources du territoire dans leurs choix de localisation, en identifiant les critères *ex ante* (l'entreprise choisit de s'implanter sur un territoire) et les critères *ex post* (l'entreprise choisit de rester sur son territoire) ;
- la satisfaction (à l'heure actuelle) de l'entreprise à l'égard de ces ressources dans son territoire.

C'est ce diptyque importance/satisfaction qui a structuré le questionnaire réalisé.

L'objectif de cette étude était de faire émerger des pistes de réponses sur la manière dont les entreprises ayant participé à l'enquête (cf. encadré profil des répondants, p. 19) sont ou seraient éventuellement amenées à s'impliquer pour valoriser et développer ces ressources ; ces enseignements permettant d'interpeller directement les acteurs publics locaux dans la manière dont ils perçoivent de tels enjeux.

Les différentes sections du questionnaire correspondaient aux quatre types d'externalités que les entreprises peuvent être amenées à rechercher :

- l'offre territoriale en matière de **ressources humaines** ;
- l'importance des **externalités d'agglomération** et des **externalités d'urbanisation** dans leur rapport au territoire ;
- l'**offre immobilière et patrimoniale** territoriale.

Enfin, ont été abordées, au cours des sept entretiens menés lors de la mise en place du questionnaire, les modalités possibles de participation de l'entreprise à **la gouvernance locale du territoire**. Elle constitue pour les entreprises un moyen d'agir sur les quatre types d'externalités précédentes.

Ces échanges sont restitués tout au long de l'étude grâce à des verbatims.

Précisions méthodologiques

La réalisation de l'étude s'est déroulée courant 2017 en deux phases :

de mars à juin : 7 entretiens réalisés avec des dirigeants d'entreprises, destinés à tester, compléter et affiner le questionnaire.

de juin à décembre : questionnaire envoyé par e-mailing à un panel d'environ 50 000 établissements (hors établissements d'administration publique et d'enseignement notamment) et adressé uniquement à des personnes occupant un poste de direction (supposées avoir une vision du rapport au territoire) ; collecte et traitement des réponses ; remise du rapport final.

¹ Pierre Veltz, « Mondialisation, villes et territoires - L'économie d'archipel », PUF, 2005

SOMMAIRE

Levier n°1 :

L'OFFRE TERRITORIALE EN MATIÈRE DE RESSOURCES HUMAINES 5 à 8

- 1- Des difficultés de recrutement nettes et partagées 5
- 2- Une insatisfaction patente ou une méconnaissance des structures pour l'emploi, surtout publiques 6
- 3- Un appareil de formation professionnelle (initiale et continue) qui ne satisfait pas 7

Levier n°2 :

L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE ET PHYSIQUE DES TERRITOIRES ET LES MILIEUX ÉCONOMIQUES LOCAUX 9 à 12

- 1- L'accessibilité numérique et physique des territoires : des enjeux communs 9
- 2- Le milieu économique local : des enjeux sectoriels 11

Levier n°3 :

LES ATOUTS DU TERRITOIRE EN TERMES D'ENVIRONNEMENT ET DE SERVICES AUX PERSONNES 13 à 16

- 1- Le bien-être au travail : un critère nécessaire dans l'absolu mais pas décisif pour la localisation 13
- 2- Les services aux personnes : une satisfaction globalement élevée mais fonction du territoire d'implantation ... 15
- 3- L'immobilier d'entreprise, un élément du « salaire urbain » 15

UNE GOUVERNANCE LOCALE DYNAMIQUE POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES 17 à 19

- 1- Une offre territoriale nécessairement complexe 17
- 2- Mettre en place une gouvernance locale associant l'ensemble des acteurs 18

Levier n°1

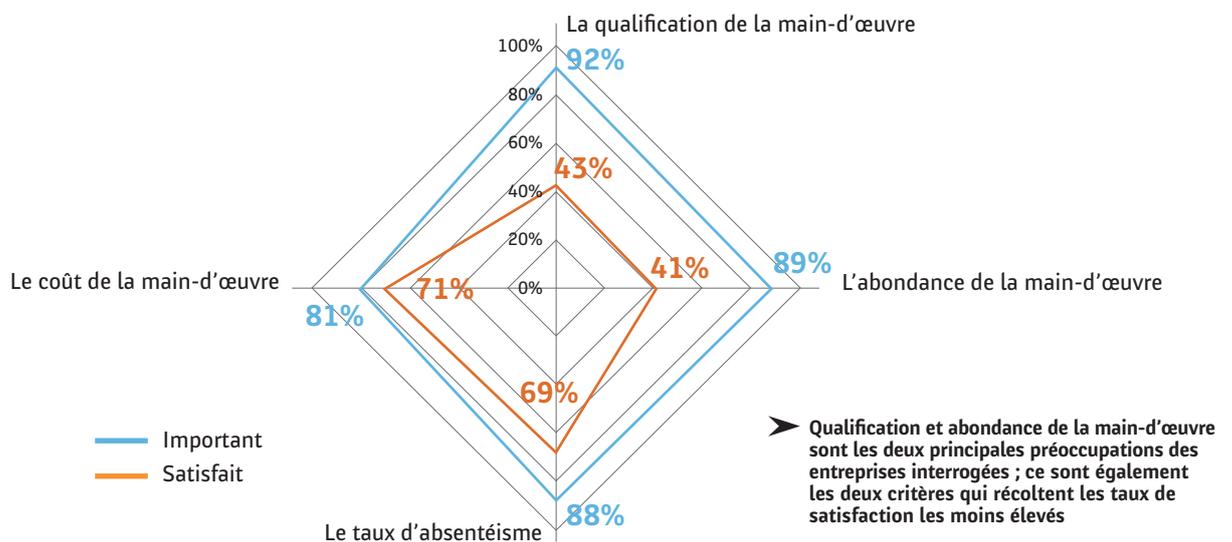
L'OFFRE TERRITORIALE EN MATIÈRE DE RESSOURCES HUMAINES

Cette étude visait à évaluer l'impact de l'offre territoriale en matière de ressources humaines dans les choix d'implantation des entreprises, à travers deux volets : « main-d'œuvre et recrutement » et « formation ».

Concernant la main-d'œuvre, ont été retenus les critères « abondance », « qualification », « coût » et « taux d'absentéisme ». Les entreprises ont également été interrogées sur la qualité de service des instances pour l'emploi, privées et publiques, et sur la qualité de service des structures de formation initiale (généraliste et professionnelle) et continue.

1 - Des difficultés de recrutement nettes et partagées

ENSEMBLE DES ENTREPRISES : IMPORTANCE ET SATISFACTION DES CRITÈRES RELATIFS À LA MAIN-D'ŒUVRE



■ La disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée, ressource primordiale mais nettement insatisfaite

Qualification et abondance de la main-d'œuvre sont les deux principales préoccupations des entreprises sondées (92 % et 89 % d'entre elles). Ces résultats se vérifient indépendamment des zones d'implantation et des secteurs d'activité.

Mais ces deux critères font partie de ceux qui obtiennent les moins bons résultats en termes de satisfaction (légèrement supérieurs à 40 % en moyenne).

Sans surprise, ce sont les entreprises situées dans les aires urbaines les moins grandes qui sont les moins satisfaites, particulièrement dans les aires urbaines moyennes (respectivement 24 % et 29 % d'entreprises satisfaites). À l'inverse, seules les entreprises franciliennes sont majoritairement satisfaites : à 61 % par la disponibilité de la main-d'œuvre et à 53 % par sa qualification ; ce qui montre toutefois que leurs besoins restent encore nettement insatisfaits.

■ Le coût de la main-d'œuvre, un critère important et satisfaisant mais moins en région parisienne

Alors que les entreprises sont en moyenne 80 % à considérer important le coût de la main-d'œuvre en termes d'attractivité, **les franciliennes** ne sont que 67 % à s'exprimer dans ce sens (84 % sur le reste du territoire). Ce qui illustre bien l'analyse selon laquelle le choix d'implantation résulte d'un processus complexe faisant intervenir de nombreux critères : les entreprises franciliennes mettent en perspective le coût du travail (élevé sur leur territoire) avec d'autres avantages présents sur ce lieu (services, transports...).

Le coût de la main-d'œuvre apporte satisfaction à plus de 70 % des entreprises et même à plus de 80 % de celles implantées dans une petite ou moyenne aire urbaine. Seule l'aire urbaine francilienne se distingue encore sur ce point, avec 53 % seulement des entreprises satisfaites, en accord avec des salaires globalement plus élevés dans cette région.

Près de 70 % des entreprises satisfaites par le taux d'absentéisme de leurs salariés

Bien qu'il ne puisse être considéré comme un critère de localisation stricto sensu, les entreprises ont été interrogées sur l'importance qu'elles accordent au taux d'absentéisme de leurs salariés. Il s'avère être un point de vigilance pour 88 % d'entre elles en moyenne, avec un pic notable (96 %) dans les aires urbaines de taille moyenne.

Plus intéressants sont les résultats concernant les taux de satisfaction exprimés sur le sujet alors que **69 % des entreprises se déclarent satisfaites**, sans distinction géographique. **Par secteur d'activité**, en revanche, la satisfaction est plus grande dans les entreprises des secteurs agricole et de la construction (76 % et 75 %) que dans celles des services et de l'industrie (64 % et 66 %).

Les résultats **par taille d'entreprises** révèlent que les plus grandes, celles de 100 à 499 salariés et de plus de 500 salariés, ne sont satisfaites qu'à 53 % et 58 % par les taux d'absentéisme qu'elles connaissent actuellement. Ces proportions sont de 82 % et 69 % pour celles de moins de 20 et de 20 à 99 salariés ².

Des difficultés de recrutement pour plus de 80 % des entreprises interrogées

Seulement 16 % des entreprises affirment ne pas rencontrer de difficultés à recruter selon leurs besoins sur leur territoire d'implantation. Parmi les autres (soit plus de 5 entreprises sur 6), plus de la moitié identifient des problèmes pour recruter des postes qualifiés et près d'un tiers pour tous types de qualification ³.

Un tri géographique des résultats fait émerger les difficultés propres à chaque type d'aire urbaine, ainsi qu'à la région parisienne. Les entreprises localisées dans des aires urbaines petites ou moyennes sont les plus nombreuses à avoir des difficultés à recruter tous types de qualification. En région parisienne, les difficultés concernent spécifiquement les postes qualifiés (pour 54 % des entreprises), alors même qu'il s'agit d'un critère d'attractivité jugé particulièrement important par les entreprises en question.

2 - Une insatisfaction patente ou une méconnaissance des structures pour l'emploi, surtout publiques

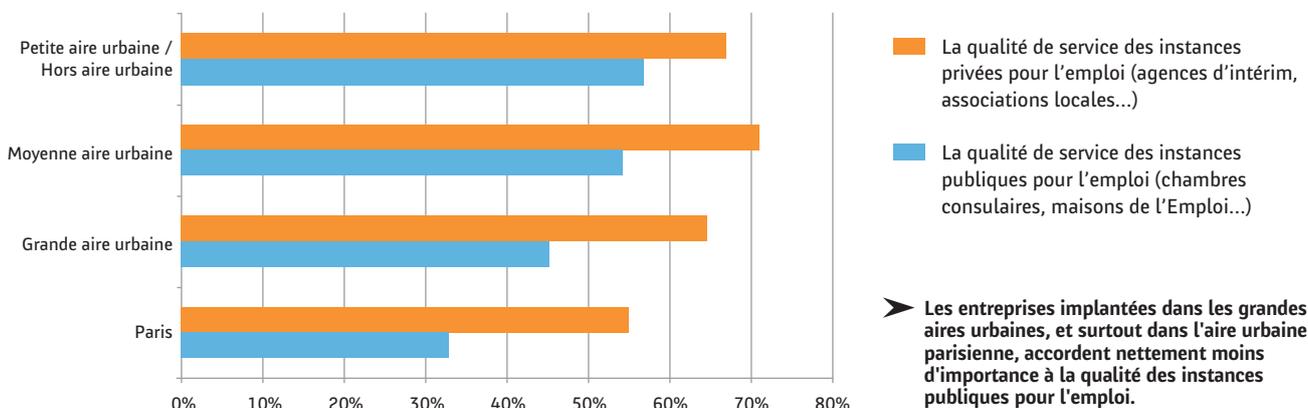
Dans le questionnaire, les entreprises avaient à se prononcer sur l'importance de la **qualité de service des instances pour l'emploi, privées et publiques**, et sur la satisfaction qu'elles en tirent sur leur territoire.

La qualité de service des instances pour l'emploi : un critère d'attractivité important mais seulement pour les instances privées

Les jugements sont nettement différenciés selon qu'ils portent sur les instances privées ou publiques. Ainsi, la qualité de service des instances privées (agences d'intérim, associations locales...) est un critère important pour 64 % des entreprises tandis qu'elles ne sont que 46 % à porter la même appréciation concernant les instances publiques (chambres consulaires, maisons de l'emploi).

Ce constat est vrai quelle que soit la localisation de l'entreprise mais **l'écart entre les deux types d'instances est d'autant plus grand que l'aire urbaine d'implantation est grande**.

IMPORTANCE DE LA QUALITÉ DES INSTANCES POUR L'EMPLOI : UNE PRÉFÉRENCE NETTE POUR LES INSTANCES PRIVÉES ET UN ÉCART ENTRE LES DEUX TYPES D'INSTANCES CROISSANT AVEC LA TAILLE DE L'AIRE URBAINE



² À titre de comparaison avec les collectivités locales, voir l'étude de Sofaxis Panorama de novembre 2017 dont il ressort notamment que « la taille de la collectivité influe sur la durée moyenne d'arrêt et sur la fréquence. Plus l'effectif est important, plus la fréquence augmente ».

³ Ces résultats corroborent ceux d'une récente étude de l'Insee : « La moitié des entreprises signalent des barrières à l'embauche » - Insee Focus n°106, 21/10/2017.

■ La qualité de service des instances pour l'emploi, notamment publiques, jugée très insatisfaisante

Un tiers seulement des entreprises interrogées se disent satisfaites par la qualité de service des instances publiques et elles le sont d'autant moins (à peine plus d'un quart), qu'elles se situent dans de grandes zones urbaines ou en région parisienne (moins d'un tiers).

Un élément significatif est le nombre important d'entreprises répondant ne pas savoir juger cette qualité de service, surtout

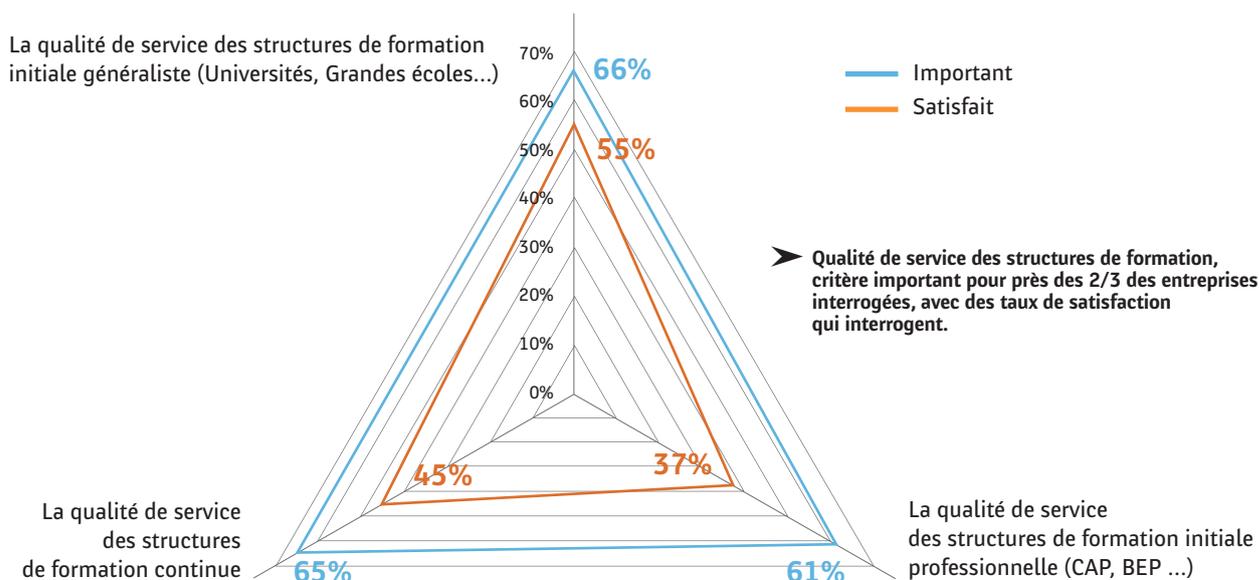
des instances publiques (plus d'un quart d'entre elles et jusqu'à 40 % des entreprises franciliennes). Ces résultats posent clairement la question de la pertinence et de la visibilité de ces acteurs.

“Nous ne passons jamais par Pôle Emploi car nos besoins sont trop spécialisés. J'essaie de prioriser des recrutements locaux, notamment de l'Université, même si j'aimerais diversifier mon recrutement”.

“Nous ne souhaitons pas faire appel aux structures du territoire ou à des intermédiaires car à nos yeux ils ne sont pas aptes à trouver le profil recherché”.

3 - Un appareil de formation professionnelle (initiale et continue) qui ne satisfait pas

ENSEMBLE DES ENTREPRISES : IMPORTANCE ET SATISFACTION DES CRITÈRES RELATIFS À LA FORMATION



■ La qualité de service des structures de formation est attractive pour près des deux tiers des entreprises

La qualité de service des structures de formation initiale généraliste (Universités, Grandes écoles...) et professionnelle (CAP, BEP...) est un critère attractif pour respectivement 66 % et 61 % des entreprises, la localisation étant cependant différenciante.

78 % des entreprises franciliennes soulignent l'importance des structures de formation initiale généraliste, soit 20 points de plus que celles situées dans les petites aires urbaines. À l'inverse, les entreprises des petites et moyennes aires urbaines accordent le plus d'importance aux structures de formation initiale professionnelle (jusqu'à 74 % dans les aires urbaines moyennes).

La qualité de service des structures de formation continue obtient des résultats du même ordre (65 %) ; les entreprises situées dans les zones urbaines les plus petites étant les plus nombreuses (73 %) à la considérer comme un critère de localisation important (contre 62 % des franciliennes).

■ Des taux de satisfaction qui interrogent

Moins de la moitié des entreprises interrogées se disent satisfaites de la qualité de service des structures de formation professionnelle et continue (respectivement 37 % et 45 %) présentes sur leur territoire. Même s'ils augmentent avec la taille de l'entreprise, ces taux sont particulièrement faibles au regard de l'importance donnée à ce critère en termes d'attractivité.

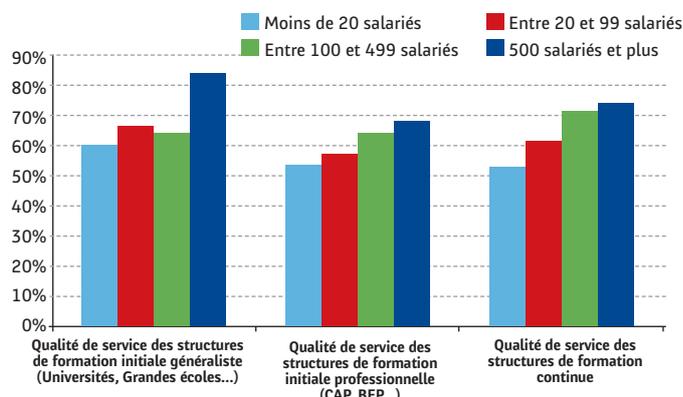
Seule la qualité de service des structures de formation initiale généraliste réussit à satisfaire une majorité d'entreprises (55 %).

En outre, comme pour les instances pour l'emploi, un nombre important d'entreprises (plus d'un quart) déclarent ne pas savoir si elles sont satisfaites ou non, confirmant leur méconnaissance de ces structures.

Ces résultats révèlent manifestement d'une part, l'inadéquation qui existe sur nombre de territoires entre les besoins des populations et l'offre de formation, d'autre part, un désappariement spatial fréquent entre demande et offre de travail.

Ce double manquement, qui peut impacter fortement le développement économique territorial (cf. encadré sur le taux d'inactifs), appelle une véritable collaboration entre les entreprises et les acteurs publics locaux, et en premier lieu, les régions.

SATISFACTION DE LA QUALITÉ DES STRUCTURES DE FORMATION : CROISSANTE AVEC LA TAILLE DES ENTREPRISES



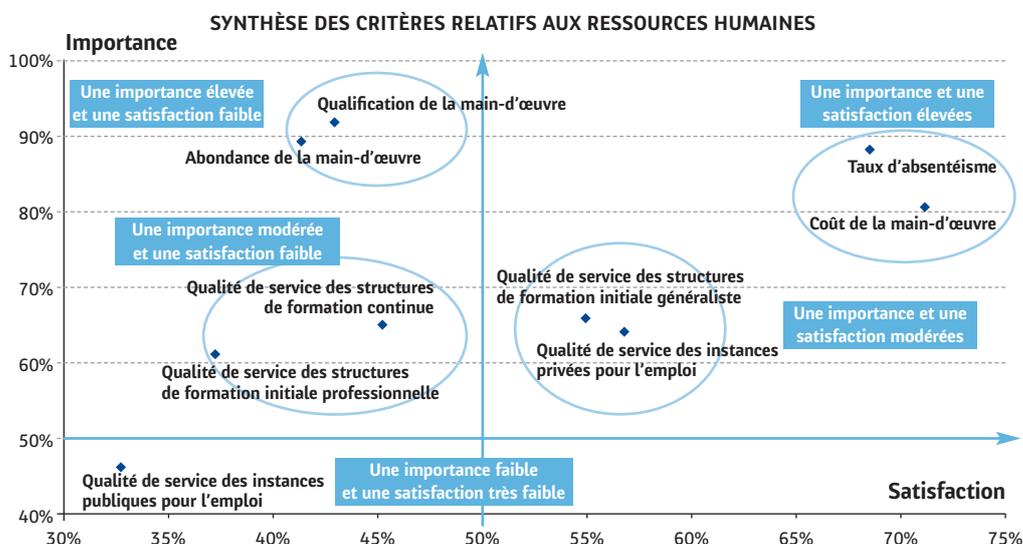
➤ La satisfaction donnée à la qualité des structures de formation (généraliste, professionnelle ou continue) augmente avec les effectifs.

Le taux d'inactifs, facteur contre-productif de compétitivité territoriale

Les résultats de l'enquête, qui privilégient notamment une main-d'œuvre qualifiée, font écho aux travaux quantitatifs et qualitatifs menés par la CEU de l'Essec sur le rôle défavorable joué par le taux d'inactifs (hors étudiants et retraités) sur les dynamiques économiques des territoires.

Le renforcement d'un territoire par le développement d'emplois à forte qualification et à haute valeur ajoutée peut en effet engendrer des phénomènes d'exclusion du système de production de valeur d'une partie de la population en âge de travailler. En miroir de la compétitivité « géographique » des territoires, **le rôle d'une dimension « inclusive » de la compétitivité territoriale doit être apprécié**. Dans cette perspective, il ne s'agit plus seulement de développer économiquement les zones défavorisées à partir de la redistribution des ressources fiscales via des allocations sociales mais de s'appuyer sur la « réinclusion » des populations par l'activité et le travail ⁴.

L'appareil de formation du territoire ainsi que les actions éventuellement menées par les entreprises en matière d'inclusion économique et sociale peuvent donc constituer un levier essentiel de développement local, particulièrement important au regard des difficultés de recrutement, pour des profils qualifiés comme peu qualifiés, que pointent les chefs d'entreprises interrogés.



⁴ Sur ce sujet, on pourra se reporter à l'étude du cas de Plaine Commune in Insee Analyses Île-de-France n°58 « Plaine Commune, des richesses économiques multiples au service du développement territorial » - mars 2017

Levier n°2

L'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE ET NUMÉRIQUE DES TERRITOIRES ET LES MILIEUX ÉCONOMIQUES LOCAUX

La proximité territoriale a un impact certain sur l'emploi. Plus elle est forte, plus l'entreprise a de chances de trouver une main-d'œuvre spécialisée (et réciproquement, plus les opportunités d'emploi seront importantes pour les personnes). De nombreux travaux ont également montré la multitude des avantages économiques potentiellement générés par la proximité spatiale et numérique. La facilité avec laquelle les produits et les personnes se déplacent et/ou communiquent, contribue fortement à l'augmentation de la productivité de l'emploi et à la réduction des coûts pour l'entreprise ⁵.

1- L'accessibilité numérique et physique des territoires : des enjeux communs

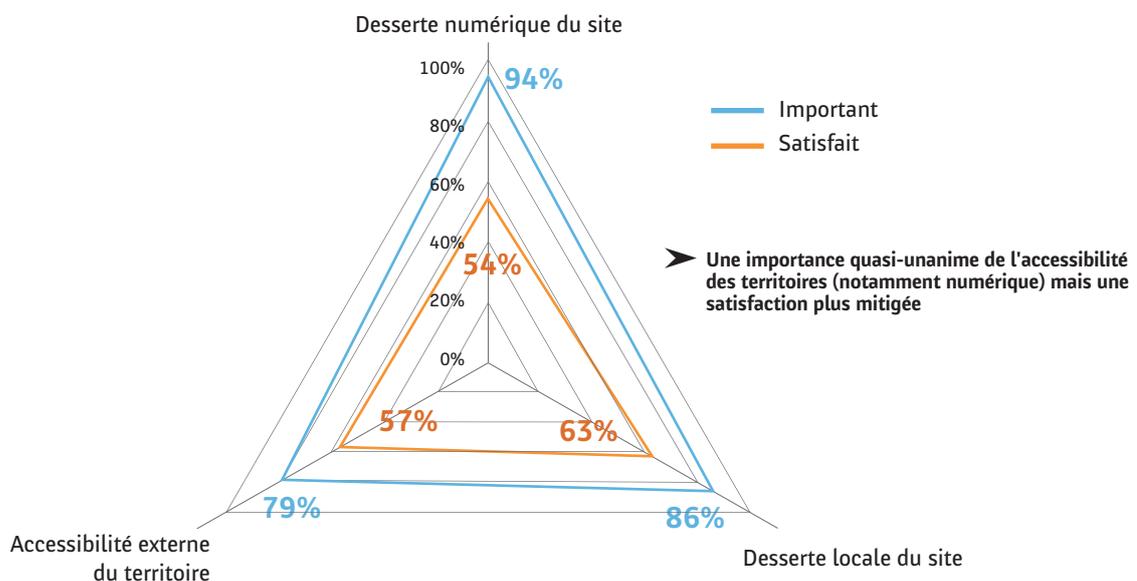
L'accessibilité du territoire se traduit naturellement par un accès physique qui suppose l'existence d'une desserte de transports plus ou moins ouverte sur l'extérieur (cf. encadré), mais aussi par une desserte numérique pouvant notamment permettre de pallier une insuffisance d'accessibilité physique.

Deux notions d'accessibilité physique

Le questionnaire adressé aux entreprises distingue :

- la desserte locale du site qui fait référence aux transports de proximité pour accéder au site ;
- l'accessibilité « externe » du territoire qui ouvre le territoire sur une aire géographique plus éloignée via un aéroport ou une gare par exemple.

IMPORTANT ET SATISFACTION DES CRITÈRES D'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE ET NUMÉRIQUE POUR L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES



⁵ Sur ce sujet, voir notamment : Insee Analyses n°31 « L'infrastructure TGV est-elle un facteur de compétitivité pour les entreprises ? » 6 février 2017

■ L'accessibilité, une ressource absolument prioritaire pour toutes les entreprises

Les résultats de l'enquête confirment la dimension primordiale que revêt l'accessibilité du territoire dans les choix de localisation des entreprises. En réduisant la distance physique entre les agents économiques, elle doit permettre de rattacher l'entreprise à l'ensemble de ses interlocuteurs (clients, salariés, fournisseurs ...).

La desserte numérique est un critère d'attractivité important pour 94 % des entreprises interrogées, avec de très faibles variations selon les secteurs d'activité, la taille ou l'implantation.

La desserte physique l'est également mais de manière plus hétérogène (entre 70 % et 95 %) selon les activités et la zone d'implantation. En moyenne, 86 % des entreprises jugent importante **la desserte locale** (94 % pour l'aire urbaine de Paris⁶) et 79 % **l'accessibilité externe**.

Il est intéressant de constater que **l'accessibilité externe comme la desserte locale sont jugées importantes par quasiment toutes les grandes entreprises** (plus de 500 salariés) de l'échantillon. Ce jugement est cohérent avec leur choix d'implantation, puisque 80 % de celles qui ont répondu à l'enquête se situent dans de grandes zones urbaines caractérisées par de nombreux et divers moyens de transports.

■ Une accessibilité qui engendre une réelle insatisfaction dans les petites et moyennes aires urbaines

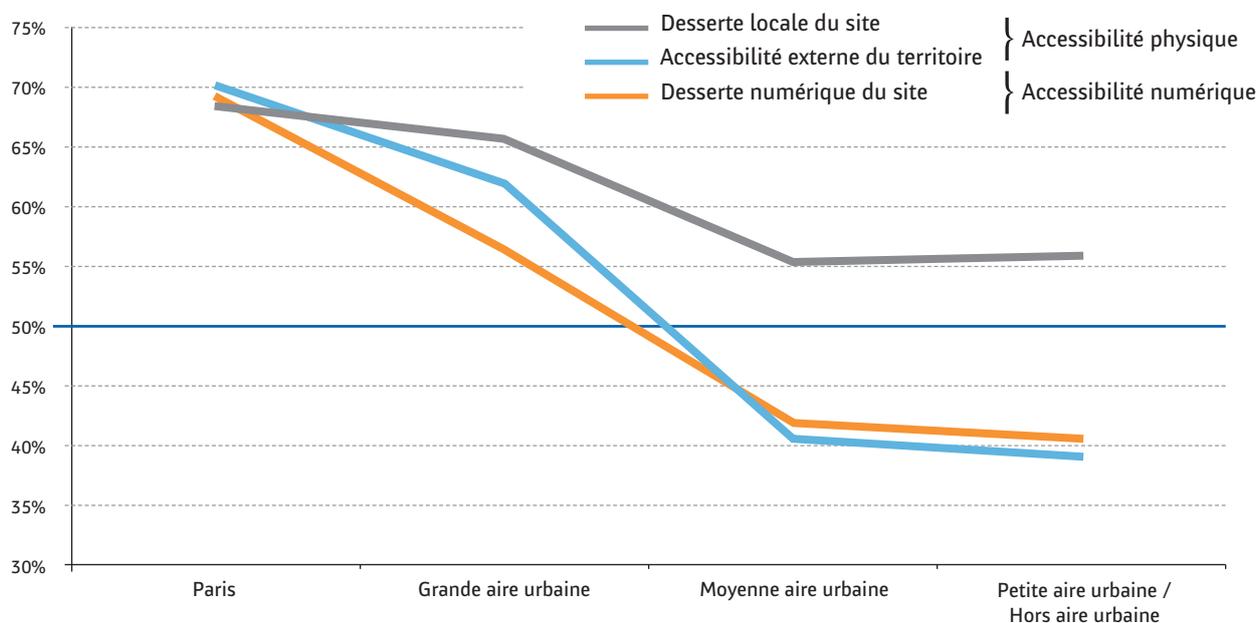
La desserte numérique apporte satisfaction à 54 % des entreprises, avec d'importantes disparités par type d'activité, par taille mais surtout en fonction du territoire d'implantation.

En effet, seulement 41 % des entreprises des moyennes et petites (ou hors) aires urbaines se disent satisfaites. De même, plus l'entreprise est petite, plus le niveau de satisfaction est faible : 41 % des moins de 20 salariés et 77 % des plus de 500 (très majoritairement situées en grande aire urbaine, comme évoqué).

Ces résultats confirment, s'il en était besoin, à quel point le déploiement des dernières technologies numériques s'impose aujourd'hui comme une urgence pour les territoires, et en particulier les moins denses qui sont également ceux pour lesquels l'accessibilité physique est la plus insatisfaisante.

En moyenne, environ 60 % des entreprises sont satisfaites de leur desserte externe de transports et de leur desserte locale. Mais, en toute logique, il existe également sur ces critères des disparités nettes selon les lieux d'implantation.

NIVEAUX DE SATISFACTION DE L'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE ET NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE PAR AIRE D'IMPLANTATION



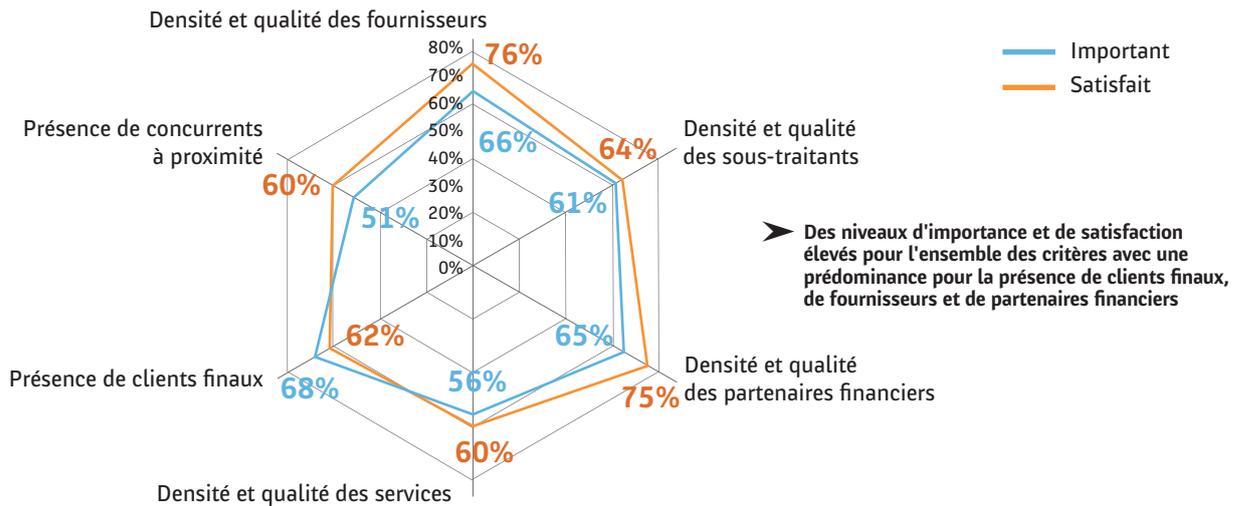
➤ **Un niveau de satisfaction qui décroît avec la taille de la zone d'implantation de l'entreprise**

⁶ Sur ces problématiques de dessertes franciliennes, on pourra se reporter à une étude récente de l'Insee : « Les dynamiques de l'emploi dans les communes dotées d'une gare RER » - Insee Analyses Île-de-France n°79, mars 2018.

2- Le milieu économique local : des enjeux sectoriels

Les caractéristiques économiques du territoire ont été analysées à travers la présence et la qualité des différents interlocuteurs d'une entreprise à tous les stades de la production : partenaires financiers, fournisseurs, sous-traitants, clients, services aux entreprises (services externalisés fournis par d'autres entreprises comme l'informatique ou la restauration) et concurrents ; leur présence pouvant permettre aux entreprises de développer des « effets de milieu » (c'est-à-dire des avantages tirés de la concentration de plusieurs entités dans un même domaine) et d'en bénéficier.

IMPORTANT ET SATISFACTION DES CRITÈRES D'ACCESSIBILITÉ ÉCONOMIQUE POUR L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES



■ Un rôle d'importance inégale selon les critères étudiés et l'activité de l'entreprise

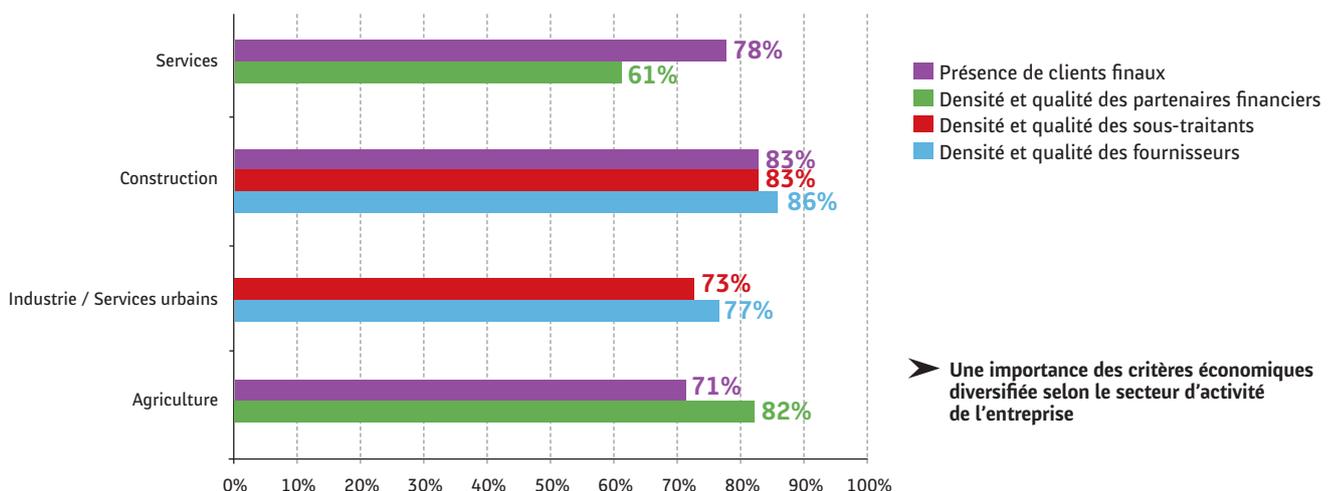
Les critères liés au milieu économique sont jugés attractifs mais avec de fortes disparités selon le secteur d'activité et dans des proportions plus faibles que ceux relatifs à l'accessibilité.

Les **partenaires financiers** sont majoritairement cités dans le secteur de l'agriculture, suivis par la présence de clients, les autres interlocuteurs étant moins présents dans ce secteur.

Ils sont également importants pour les petites entreprises (67 %), tous secteurs confondus, mais nettement moins pour les plus grandes (52 %).

«La principale raison de la localisation parisienne tient à la proximité avec nos financiers potentiels. Quand vous êtes localisés en banlieue, pour rencontrer des banquiers, c'est un peu difficile. Je ne suis pas sûr que l'adresse parisienne ait un impact en termes d'image pour nos clients ; par contre du point de vue des banquiers de l'entreprise je vois un effet très clair. Il y a un côté : « vous avez réussi, vous êtes une entreprise de confiance ».»

LES CRITÈRES ÉCONOMIQUES LES PLUS IMPORTANTS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



Les fournisseurs et les sous-traitants sont surtout plébiscités dans la construction et l'industrie, en lien avec un besoin important de matériaux dans ces secteurs.

La présence de clients finaux est un critère d'attractivité important dans les secteurs de la construction et des services mais pour seulement 43 % des entreprises de l'industrie. La présence de concurrents est, en revanche, globalement moins attractive (51 % en moyenne) même si elle est reconnue utile par certaines entreprises.

■ Des attentes plutôt satisfaites mais des politiques de développement économique encore nécessaires notamment dans les zones moins denses

L'étude fait ressortir un niveau de satisfaction globalement élevé (entre 60 % et 76 % en moyenne), en particulier s'agissant des fournisseurs et partenaires financiers ; ces deux critères arrivant en tête indépendamment du secteur d'activité ou de l'implantation géographique.

Le nombre d'entreprises se déclarant insatisfaites, quel que soit le critère, est plus important dans les moyennes et petites aires urbaines que dans les grandes, signe de la nécessité de développer davantage les politiques économiques dans ces zones moins denses.

Les stratégies d'implantation des entreprises sont donc bien dépendantes de la localisation d'autres entités mais pas forcément de même nature. C'est davantage une complé-

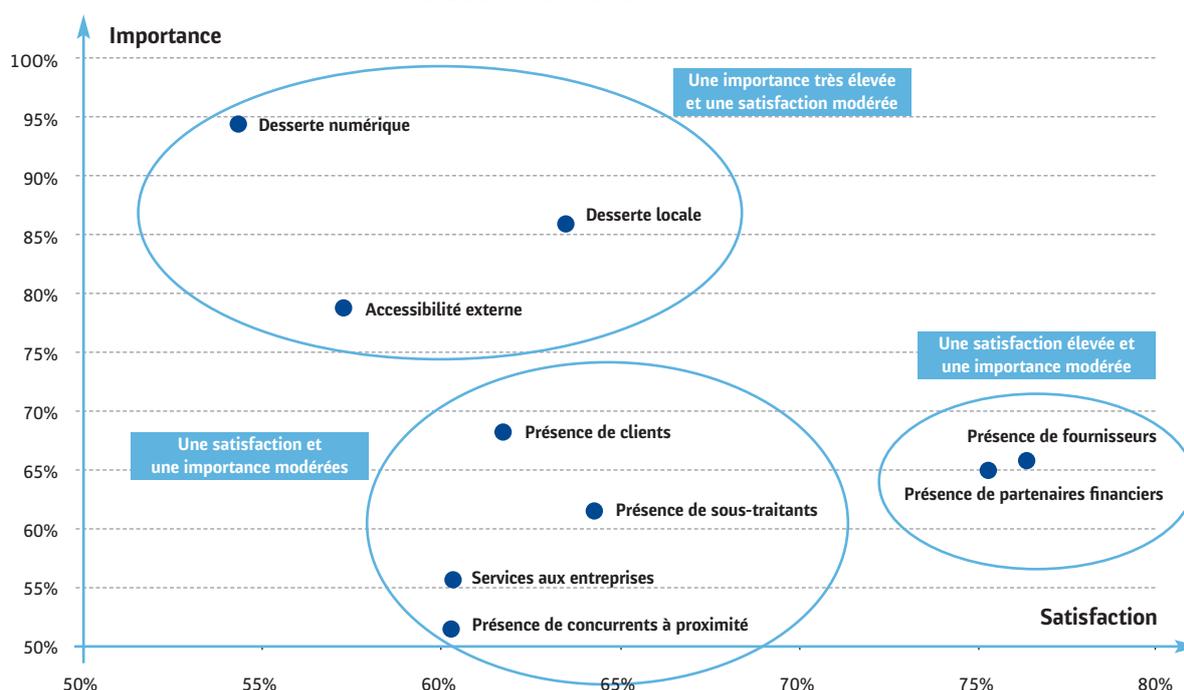
mentarité des activités qui semble être attendue (partenaires financiers, clients, fournisseurs,...) permettant à chaque entreprise d'augmenter les débouchés de sa production.

Accessibilité et proximité économique : le rôle des collectivités locales dans l'aménagement du territoire

Les collectivités locales agissent directement de par leurs compétences aussi bien dans le domaine des transports (ferroviaire et interurbain pour les régions, infrastructures routières pour les départements et transports de proximité pour les villes et intercommunalités) que dans celui du **développement du numérique** (tous les départements sont impliqués dans le Plan France Très Haut Débit qui a pour objectif le déploiement du très haut débit sur l'ensemble du territoire français d'ici 2022).

Les collectivités locales peuvent également mettre en place des **politiques de développement économique** chacune à leur échelle (dans le cadre des nouveaux SRDEII - Schéma Régional de Développement Économique, d'Innovation et d'Internationalisation - notamment, pour les régions, et réalisation de zones ou de pôles économiques pour les villes et intercommunalités). Ces politiques peuvent avoir pour ambition de développer un type d'activités sur un territoire en particulier (pôle de compétitivité) ou de développer des zones propices au développement de tous types d'entreprises en favorisant l'interaction avec le tissu économique local (pépinières d'entreprises).

SYNTHÈSE DES EXTERNALITÉS D'AGGLOMÉRATION



Levier n°3

LES ATOUTS DU TERRITOIRE EN TERMES D'ENVIRONNEMENT ET DE SERVICES AUX PERSONNES

Une entreprise, en plus de rechercher des services directement utiles à son activité (en termes de ressources humaines, de transports, etc.), peut également choisir de s'implanter sur un territoire plutôt qu'un autre, en raison d'un cadre de travail jugé plus agréable, et de manière générale d'un territoire plus attractif pour ses salariés potentiels. Ce qui se traduit par la présence de certains équipements (écoles, crèches, salles de sport...), une offre de services adaptés (restaurants, commerces...) ou plus globalement, un environnement plus propice (absence de pollution, d'encombrements...). Il s'agit ainsi de contribuer au bien-être des salariés (voire à la productivité de l'entreprise) en développant leur « salaire urbain » (cf. encadré ci-dessous).

Le bien-être au travail, nouveau modèle de productivité, conditionné à une co-production de services publics et privés

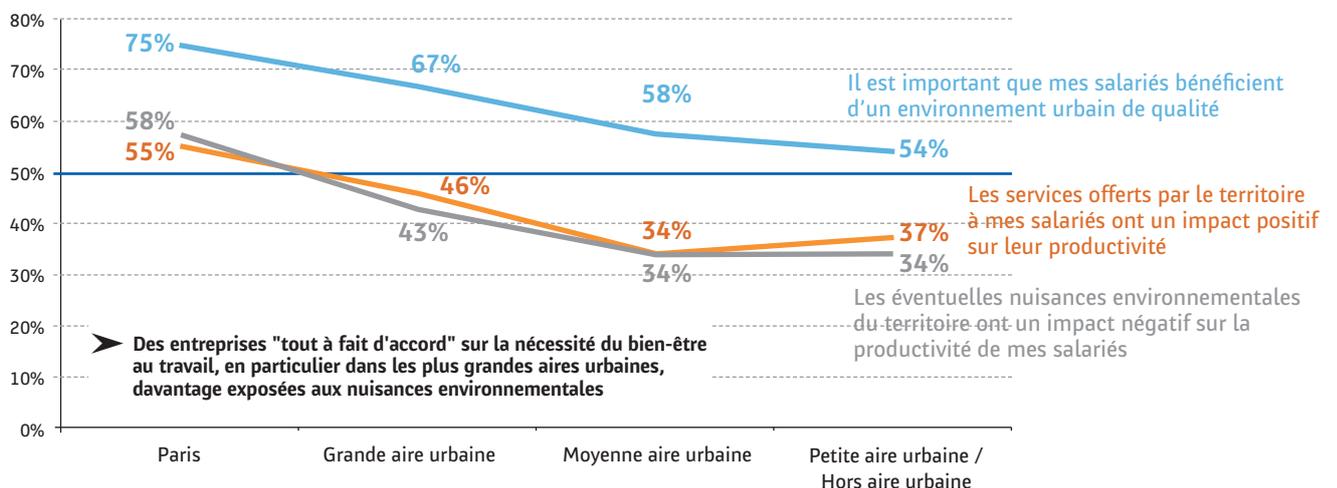
Les travaux économétriques menés au sein de la CEU de l'Essec ont mis en évidence le rôle explicatif des services aux personnes dans la dynamique économique des territoires. C'est ce qui a conduit son directeur, Franck Vallerugo, pour expliquer certaines mobilités résidentielles ne relevant apparemment pas d'un arbitrage économique rationnel mesurable, à développer la notion de « **salaire urbain** » : les salariés percevaient, à travers différents services offerts par le territoire, **une forme de rémunération non monétaire qui a le double intérêt d'attirer les populations et d'augmenter, dans certaines conditions, leur productivité au travail.**

Cette dernière n'est donc plus dictée par la seule variable salaire mais dépend aussi des services offerts par le territoire d'implantation et des conditions de travail des salariés mises en place dans l'entreprise (notamment en termes d'organisation des locaux). Ainsi, ce salaire urbain ne peut être à la fois facteur d'attractivité et facteur de productivité des salariés que s'il résulte **d'une double action : celle des collectivités locales (services aux personnes) et celle des entreprises (conditions de travail).**

Cette coproduction de services entre acteurs publics et privés peut donner lieu à un cofinancement de certains d'entre eux (cf. encadré sur le cofinancement).

1- Le bien-être au travail : un critère nécessaire dans l'absolu mais pas décisif pour la localisation

PART DES ENTREPRISES AYANT RÉPONDU "TOUT À FAIT D'ACCORD" AUX AFFIRMATIONS SUIVANTES :



■ Une reconnaissance unanime de l'utilité du bien-être au travail

96 % des entreprises interrogées s'accordent pour dire qu'il est important que leurs salariés bénéficient d'un environnement de qualité : 65 % sont « tout à fait d'accord » avec cette proposition et 31 % « plutôt d'accord ». De même, pour 85 % des entreprises, les services offerts par le territoire à leurs salariés ont un impact positif sur leur productivité, et les éventuelles nuisances environnementales, un impact négatif.

Ces moyennes s'avèrent nettement tirées vers le haut par les réponses des entreprises situées dans de grandes agglomérations, à forte densité de population, que l'on peut raisonnablement supposer les plus exposées aux nuisances environnementales. Ce qui peut expliquer que ces entreprises soient les plus exigeantes en termes d'offre de services (logique de compensation).

L'utilité du bien-être au travail est donc globalement reconnue. Cependant, l'analyse plus fine de l'importance de ce critère à travers différents services aux personnes permet de nuancer ce constat.

■ Tous les services aux personnes offerts sur le territoire n'ont pas la même importance

Les entreprises ont été interrogées sur l'importance de la présence de certains services et équipements sur leur territoire : commerces de proximité, équipements de restauration et bars, équipements scolaires et crèches, équipements culturels et de loisirs.

Si cette offre territoriale en matière de services aux personnes est jugée globalement moins importante que celle relative aux ressources humaines et aux services aux entreprises, trois principaux services se dégagent néanmoins.

La présence d'équipements de restauration et bars (61 %) et de commerces de proximité (57 %), utiles à la vie quotidienne des employés d'un site, est importante pour une grande majorité des entreprises interrogées avec un pic pour les commerces de proximité dans les zones urbaines moyennes et petites (67 % et 61 %) et un autre, pour les restaurants et bars en région parisienne (71 %).

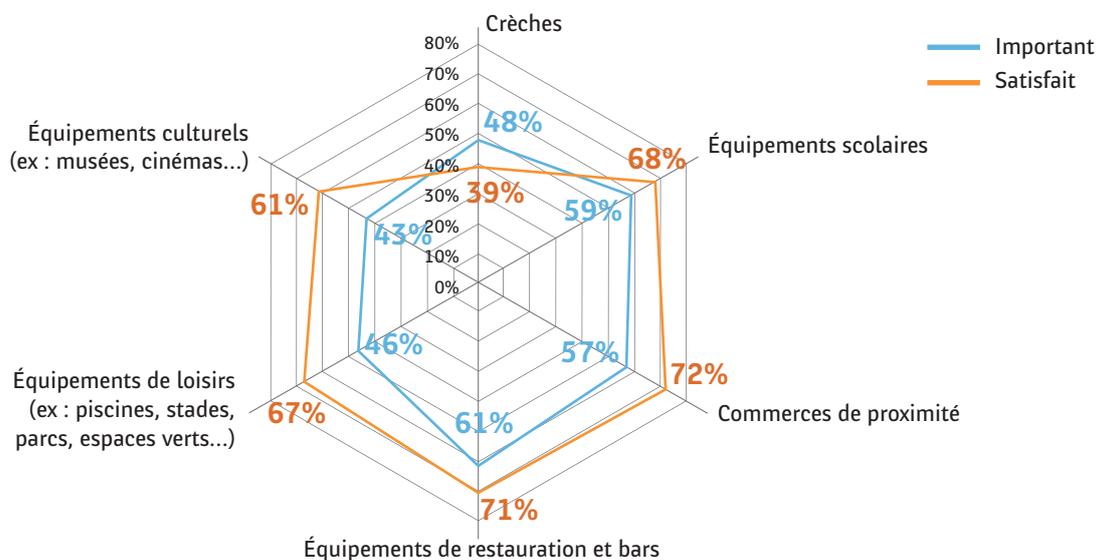
“On nous a proposé d'autres localisations, mais nous avons préféré rester à proximité des services comme le centre commercial, entre autres pour favoriser le bien-être de nos employés au travail”.

Les équipements scolaires sont, eux aussi, importants pour près de 60 % des entreprises interrogées, à l'exception des franciliennes qui ne sont que 37 % à porter le même jugement. Ce qui s'explique certainement par le fait que les salariés franciliens sont moins souvent domiciliés là où ils travaillent.

En revanche, les crèches et les équipements sportifs et de loisirs s'avèrent majoritairement peu attractifs, récoltant même une proportion non négligeable de « ne sait pas » (jusqu'à 17 %), ce qui corrobore l'intérêt limité qu'ils suscitent.

Les taux de réponses les plus élevés concernant l'importance de la présence de services aux personnes se concentrent principalement, et sans surprise, dans les moyennes et petites aires urbaines.

IMPORTANCE ET SATISFACTION DES SERVICES AUX PERSONNES POUR L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES



➤ Un niveau de satisfaction plus élevé que le taux d'importance pour les différents services à la personne, à l'exception des crèches

2- Les services aux personnes : une satisfaction globalement élevée mais fonction du territoire d'implantation

On observe en moyenne pour ces services aux personnes un taux de réponses « satisfait » nettement supérieur au taux de réponses « important » (sauf pour les crèches). Cet écart se retrouve pour toutes les aires urbaines à l'exception des plus petites.

La présence d'équipements de restauration et de commerces de proximité apporte satisfaction à plus de 70 % des entreprises interrogées, les plus satisfaites étant situées dans les aires urbaines de taille moyenne (80 % et 76 %). Les établissements scolaires obtiennent un résultat identique (68 %), supérieur à l'importance qui leur est accordée, sauf dans les territoires les moins denses (petites aires urbaines ou hors) où il est de 10 points inférieur.

Concernant les crèches, seulement 39 % des entreprises se déclarent satisfaites mais avec un taux de réponses « ne sait pas » du même ordre.

3- L'immobilier d'entreprise, un élément du « salaire urbain »

L'étude visait également à mesurer le rôle de l'offre immobilière du territoire dans la localisation des entreprises et les actions qu'elles peuvent être amenées à entreprendre, seules ou à plusieurs (cf. encadré sur le cofinancement), pour améliorer ce patrimoine immobilier. Sans être *a priori* un service

aux personnes, cette offre n'en est pas moins un élément du bien-être au travail des salariés. Pour l'analyser, quatre critères ont été retenus : le prix, l'organisation (surface, volume...), les possibilités d'extension et les services de gestion de l'immeuble.

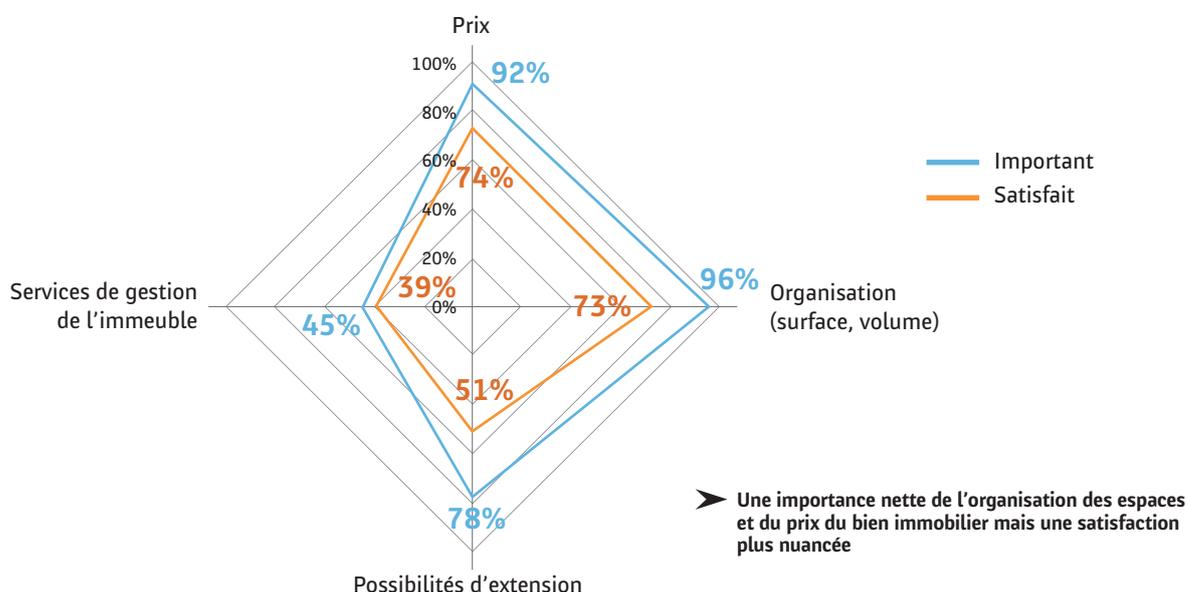
Comme attendu, le coût du foncier se révèle un critère d'attractivité décisif (pour 92 % des entreprises en moyenne), générant une insatisfaction notable chez les locataires et surtout en région parisienne. Mais il apparaît que l'organisation l'est davantage encore (96 %), car perçue comme une condition *sine qua non* de productivité.

Ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle le lien entre « salaire urbain » et productivité des salariés dépend non seulement de l'offre de services territoriale mais aussi de l'action des entreprises pour améliorer les conditions de travail (cf. encadré sur le « salaire urbain » p. 13). Il faut souligner que certaines entreprises décident parfois d'augmenter leurs frais fonciers pour bénéficier de la proximité d'un centre urbain, le surcoût étant alors compensé par l'importance des externalités d'urbanisation et/ou d'agglomération.

Enfin, les possibilités d'extension apparaissent importantes pour 78 % des entreprises interrogées, ce qui laisse penser qu'elles se projettent durablement dans leur environnement.

Il a été demandé pour chacun des critères si l'insatisfaction générée pouvait constituer un motif de déménagement. Globalement, les réponses sont fortement négatives, sauf pour l'offre immobilière, motif de déménagement pour 39 % des entreprises. Rappelons cependant que ce déménagement peut se faire au sein d'un même territoire fonctionnel, alors que pour les autres critères, il nécessiterait de changer de territoire et aurait un coût plus important (perte des employés, des réseaux économiques...).

IMPORTANCE ET SATISFACTION DES CRITÈRES RELATIFS À L'IMMOBILIER POUR L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES



Les services aux personnes : vers un cofinancement entreprises/collectivités locales ?

Les différents services mentionnés par ce questionnaire relèvent de la compétence des collectivités locales (équipements scolaires, crèches, équipements de loisirs et culturels), dès lors qu'ils sont publics. Quant à l'installation de services de restauration et de commerces de proximité, particulièrement appréciés des entreprises, elle peut être favorisée par des politiques incitatives mises en place par les collectivités.

Ces dernières peuvent donc se servir du levier du « salaire urbain », ou plus généralement du bien-être au travail, pour attirer des entreprises et se prémunir contre leur départ. Néanmoins, contrainte budgétaire oblige, les collectivités locales doivent faire des choix en matière de dépenses et ne peuvent pas toujours proposer tous les services sur l'ensemble de leur territoire.

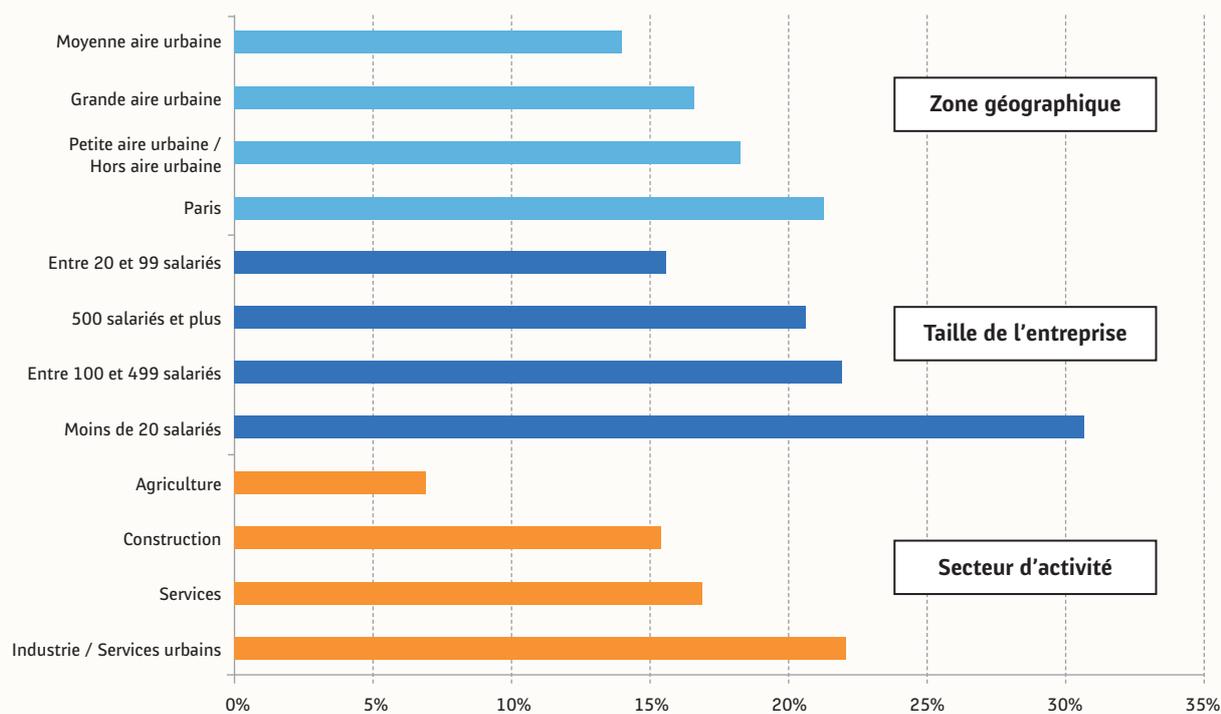
Pour pallier certaines carences, deux solutions sont envisageables pour les entreprises : intégrer certains services à leur établissement, ou les coproduire avec d'autres acteurs, entreprises ou collectivités.

Si les entreprises interrogées ne sont que 23 % à plébisciter l'intégration de services (essentiellement les plus grandes, 54 %), elles sont 34 % à évoquer des solutions de coproduction : 17 % déclarent déjà cofinancer la production de certains services avec d'autres acteurs (dont 11 % avec d'autres entreprises et 6 % avec la collectivité locale) et 18 % seraient prêtes à le faire (21 % en région parisienne). Les acteurs du territoire doivent donc identifier les entreprises qui se disent prêtes à cofinancer un service, mais ne trouvent peut-être pas l'opportunité ou le partenaire à leur projet.

Indépendamment de la zone d'implantation, ce sont les plus petites (moins de 20 salariés) qui sont les plus disposées au cofinancement (31 %).

Celles qui collaborent déjà le plus avec d'autres, sont localisées dans des aires urbaines de taille moyenne. Les services déjà cofinancés par les entreprises ayant répondu sont très divers, avec par ordre d'importance : des crèches-garderies, des services de restauration, des équipements culturels et sportifs, des services de transports, puis des formations et espaces de travail. Certaines entreprises déclarent également cofinancer un ramassage et recyclage des déchets, des commerces et services de proximité, des mesures de sécurité, la venue de la fibre optique, l'entretien des routes, ou la présence d'aires de stationnement.

PART DES ENTREPRISES PRÊTES À COFINANCER DES SERVICES

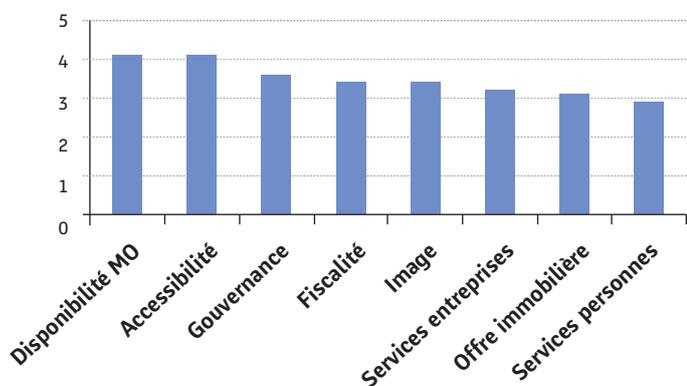


➤ Les entreprises les plus petites sont prêtes à 30 % à cofinancer des services

UNE GOUVERNANCE LOCALE DYNAMIQUE POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES

1 – Une offre territoriale nécessairement complexe

La dernière question posée aux entreprises consistait à noter, entre 0 et 5, l'importance de huit critères représentatifs des sections précédemment étudiées : disponibilité de la main-d'œuvre, accessibilité du territoire, gouvernance locale, fiscalité locale, image du territoire, offre immobilière, services aux personnes et services aux entreprises. Les résultats sont les suivants :



Ce classement est identique quels que soient les secteurs d'activité et la taille des entreprises. Mais c'est finalement une fois encore la comparaison entre les résultats de la région parisienne et ceux du reste du territoire qui fait ressortir les écarts les plus significatifs.

La disponibilité de la main-d'œuvre (quantité, qualité ...) et l'accessibilité du territoire d'implantation s'imposent comme les critères les plus importants pour toutes les entreprises. Ce qui confirme les résultats exposés précédemment.

En moyenne, c'est la gouvernance et le dynamisme local qui arrivent en troisième position sauf pour les entreprises franciliennes qui le relèguent en sixième position seulement.

Arrive ensuite le critère de la fiscalité dont la note moyenne est tirée vers le haut par celle obtenue dans le secteur de l'industrie. Elle est également plus importante dans les aires urbaines de taille moyenne que sur le reste du territoire.

L'image du territoire se hisse au même niveau que la fiscalité. Seules les grandes entreprises y attachent plus d'importance que les autres en la plaçant à égalité avec la gouvernance locale. Comme la gouvernance locale, l'image du territoire obtient son meilleur score dans les aires urbaines de taille moyenne.

Ces résultats révèlent l'urgence pour les acteurs publics locaux de se saisir de cette ressource, plus difficile à appréhender

car subjective, mais **très impactante sur l'attractivité du territoire**. L'entreprise peut en effet bénéficier ou au contraire souffrir de l'image renvoyée par son territoire d'implantation. Ces difficultés ont été perçues lors des entretiens menés. Même si l'on peut considérer que ce critère n'est pas aussi décisif que la main-d'œuvre ou l'accessibilité dans les choix de localisation des entreprises, **elle peut avoir un impact majeur sur leur stratégie de recrutement** : une image négative aura un effet « repoussoir », sur les profils les plus qualifiés notamment.

“Dans notre usine, on a de gros problèmes pour recruter des contrôleurs de gestion, des comptables. Le site est bien desservi et nous fournissons une voiture de fonction mais le lieu est complètement répulsif.”

“Outre l'aspect peu esthétique de nos locaux, l'environnement de notre siège est peu attractif pour les jeunes diplômés et cela nous pose des problèmes pour recruter des profils diplômés à des postes de management.”

Les services aux entreprises arrivent en sixième position (avec un score qui augmente avec la taille de l'entreprise), suivis par les services à la personne.

Enfin, l'offre immobilière n'apparaît qu'en avant-dernière position de ce classement malgré un score un peu supérieur en région parisienne.

Ce résultat global apparaît contre-intuitif au regard des résultats exposés précédemment (cf. p.15) lorsque plus de 90 % des entreprises déclaraient le prix et l'organisation de l'offre immobilière comme des critères importants. Mais il confirme que le choix de localisation dépend d'**une offre territoriale complexe : certains critères étant relégués loin derrière l'accessibilité et la disponibilité de la main-d'œuvre qui, de fait, conditionnent le bon fonctionnement de l'entreprise.**

Ils peuvent également s'interpréter comme représentant **les différentes phases de réflexion d'une entreprise face à son choix de localisation**. Elle cherchera d'abord à se localiser dans une région qui lui offre une bonne accessibilité et la main-d'œuvre dont elle a besoin, avant de regarder à une échelle plus fine les critères de prix et de disponibilités immobilières. Une fois installée, c'est enfin aux externalités urbaines et d'agglomération qu'elle va s'intéresser pour tenter entre autres d'augmenter l'utilité de ses salariés et de ce fait potentiellement leur productivité.

2 – Mettre en place une gouvernance locale associant l'ensemble des acteurs

Souvent réduite aux politiques publiques locales, aux aides économiques dont peuvent bénéficier les entreprises et/ou à la fiscalité locale, la gouvernance locale permet, en réalité, d'agir sur l'ensemble des critères étudiés, de manière transversale.

■ La fiscalité locale et les aides économiques, une réponse insuffisante qui doit être complétée

Les réponses au questionnaire confirment que ces critères ne sont pas forcément les leviers d'action les plus pertinents. Peu d'entreprises interrogées ont bénéficié d'aides publiques (24 %) et elles sont partagées sur l'évaluation de l'impact de ces aides sur leur activité (49 % le jugent important et 51 %, faible ou inexistant).

À la question de savoir si elles sont satisfaites de la relation fiscalité locale/services offerts sur leur territoire, les résultats sont tout aussi partagés : 41 % se disent très ou assez satisfaites, 44 % peu ou pas, et 15 % ne savent pas ; ce qui traduit le caractère peu discriminant de ce critère qui doit finalement davantage être perçu comme un moyen de financement de services attractifs pour les entreprises que comme un critère à part entière. Ainsi, malgré les idées reçues d'un rôle déterminant de la fiscalité dans les choix de localisation, **la priorité n'est pas de développer des systèmes incitatifs (qui peuvent mener à des compétitions fiscales entre territoires voisins) mais de produire des externalités jugées les plus attractives à travers la ressource fiscale, en recourant à une gouvernance transversale.**

■ La gouvernance locale : un rôle transversal pour impulser une dynamique territoriale

Dans le classement précédent, le critère « **gouvernance locale et dynamisme local** » arrive dans le trio de tête des critères jugés décisifs avec cependant des écarts significatifs (en termes de notes attribuées) en fonction des territoires d'implantation.

Il est aisé de comprendre sa faiblesse notable en région parisienne par le manque d'identification de la part des répondants, qui peinent certainement à visualiser précisément les effets de la gouvernance sur leur activité et leur territoire – *a fortiori* dans le contexte actuel de mise en place de la Métropole du Grand Paris et d'incertitudes quant au devenir institutionnel de la région parisienne.

La faiblesse relative de la note globale accordée à ce critère sur le reste du territoire témoigne aussi de difficultés du même ordre. Le terme de gouvernance locale est difficile à appréhender car recouvre des éléments divers. **Mais son rôle est en réalité transversal puisque cette gouvernance permet d'agir**

et d'influencer l'ensemble des autres critères présentés dans l'étude et constitue un levier majeur pour les collectivités locales pour renforcer l'attractivité de leur territoire.

La gouvernance locale se traduit finalement davantage par la présence de tout un réseau d'acteurs économiques (collectivités locales mais aussi CCI, associations, citoyens...) qui, par leur coopération mutuelle, contribuent à attirer les entreprises sur le territoire et à les y maintenir. Les réponses exprimées lors des entretiens préliminaires permettent de réfléchir aux leviers d'action que cette gouvernance locale peut mettre en œuvre pour répondre aux attentes des entreprises.

« L'implication sur le territoire se fait beaucoup plus à l'échelle des usines où nous avons développé de bons rapports avec les élus locaux. Les dirigeants souhaitaient de bons rapports notamment pour pouvoir recruter. Nous organisons ainsi des « journées portes ouvertes » aux salariés, à leurs familles et aux élus locaux – dont le Président de la CCI, le Maire de la commune et le Président de la communauté d'agglomération – dans l'usine. À l'inverse, à Paris ces liens avec les autorités locales sont inexistantes ».

■ Rôle des entreprises dans la construction d'une gouvernance locale : la « Responsabilité Territoriale de l'Entreprise »

La notion de « **Responsabilité Territoriale de l'Entreprise** » peut venir éclairer cette étude en liant certaines formes d'implications des entreprises à des effets mesurables sur la dynamique de ces mêmes territoires, en lien étroit avec leur « gouvernance ». C'est ainsi que les différentes trajectoires économiques des territoires ne sauraient totalement s'expliquer par des variables quantitatives.

L'ensemble des travaux conduits autour du modèle de dynamique des villes de la CEU de l'Essec, notamment des études monographiques, suggèrent que cette gouvernance des territoires, en particulier la gouvernance économique, entre acteurs publics et privés, joue un rôle important qui apparaît ici facteur de production des différentes externalités territoriales.

Les résultats actuels de ces travaux confirment l'hypothèse selon laquelle il n'existe *a priori* aucune corrélation entre dynamique des territoires et pratiques relevant de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Ils montrent en revanche que **les comportements des entreprises les plus explicatifs de la dynamique des villes, sont ceux qui sont impulsés ou accompagnés par l'acteur public local, c'est-à-dire pleinement territorialisés**, qu'ils relèvent ou non de leur Responsabilité Sociale. C'est ce qui a conduit la Chaire d'une part, à développer la notion de « Responsabilité Territoriale de l'Entreprise » (RTE), mêlant certaines applications territorialisées de leur Responsabilité Sociale mais également d'autres types de comportements et motivations, d'autre part, à en analyser l'effet sur la dynamique des territoires.

Cette étude peut dès lors servir de levier aux acteurs publics locaux à la fois pour renforcer les externalités positives de leur territoire et dans le même temps, solliciter des dynamiques de coopération mutuellement bénéfiques avec leur tissu économique. **La coproduction avec la puissance publique locale de services aux personnes par les entreprises relève bien de cette logique de RTE**, tout comme le fait pour des entreprises de s'impliquer dans certaines structures et/ou dispositifs locaux de développement (agences de développement écono-

mique et/ou de promotion, participation à des plans stratégiques de développement économique, etc...) qui contribuent au développement de l'offre du territoire à destination des entreprises et des personnes. **Ceci illustre le rôle de la gouvernance économique des territoires comme variable explicative de leur compétitivité, transversale à toutes les thématiques traitées et donc décisive pour la localisation des entreprises.**

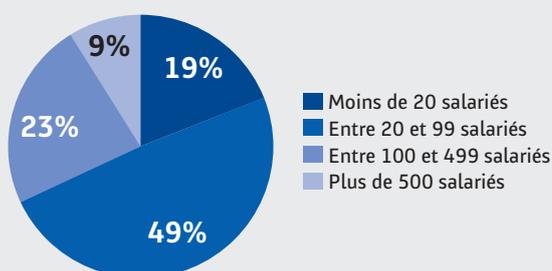
Profil des entreprises ayant répondu au questionnaire

Tous les questionnaires recueillis et renseignés à 80 % au moins ont été traités, soit **969 entreprises répondantes**.

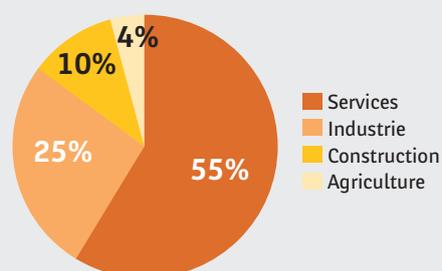
Le panel ainsi étudié n'est pas un échantillon représentatif des entreprises implantées sur le territoire national. Il ne représente que celles ayant accepté de répondre à l'enquête et dont le profil est le suivant.

81 % d'entre elles sont implantées sur le même territoire depuis plus de 10 ans, 15 % depuis 2 à 10 ans (4 % « ne sait pas »). Le critère de l'ancienneté d'implantation n'a donc pas été retenu dans l'analyse des réponses.

TAILLE DES ENTREPRISES

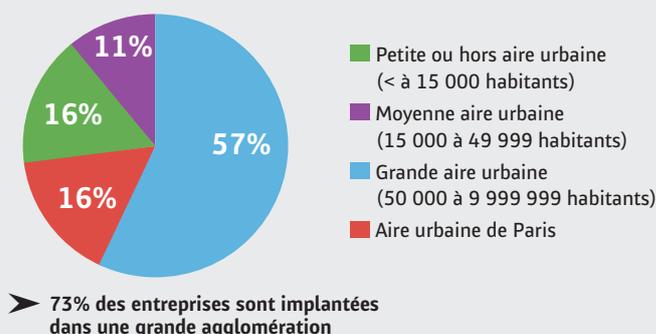


SECTEUR D'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES

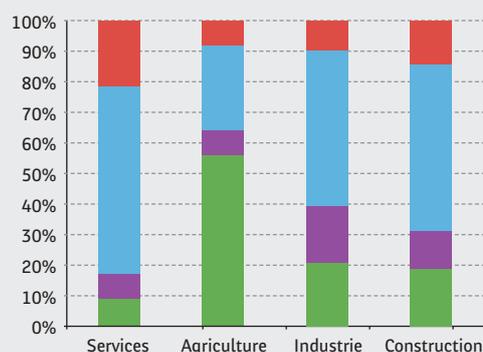


NB : Les résultats relatifs à la taille de l'entreprise et au secteur d'activité doivent être interprétés avec prudence compte tenu du faible taux de répondants de certaines catégories.

IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES



IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



NB : La classification utilisée est celle de l'Insee, dans laquelle certains regroupements ont été opérés pour conserver une logique d'équilibre des répondants.

La Chaire d'Économie urbaine de l'ESSEC

"Unique au sein des grandes écoles de management, la Chaire d'Économie urbaine sensibilise depuis 30 ans les élèves de 2^e et de 3^e année de l'ESSEC aux enjeux, à la complexité mais aussi aux valeurs attachées aux villes et aux territoires.

Forts de leur double culture publique et privée, ces étudiants diplômés de la Chaire deviennent des managers d'entreprises partenaires des territoires ou des cadres dirigeants de collectivités publiques locales et de leurs satellites ; ils savent à la fois y promouvoir le développement économique mais aussi en maîtriser les équilibres sociaux, urbanistiques et écologiques.

La formation dispensée par la Chaire se partage entre des enseignements théoriques, des conférences, des travaux de recherche opérationnelle et la pratique du terrain au travers de stages, d'apprentissages et de voyages d'études. Elle s'inscrit dans le cursus normal de l'ESSEC et porte sur les partenariats publics-privés, l'économie régionale et urbaine, le management public local, le marketing urbain et la négociation public-privé."

La Direction des Entreprises et du Développement des Territoires de La Banque Postale

La Banque Postale est animée par la volonté de construire une croissance qui profite à l'ensemble des acteurs économiques et par son engagement à soutenir le développement des professionnels, des entreprises et du secteur public local. Sa raison d'être, à travers sa Direction des Entreprises et du Développement des Territoires, est de comprendre les besoins des décideurs afin de développer des solutions parfaitement adaptées à leurs attentes.

Ce faisant, elle poursuit trois objectifs :

- répondre aux défis de toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, par la mise en œuvre d'une ingénierie financière performante et innovante, et par son savoir-faire en matière de banque de proximité pour le développement du tissu économique local ;
- forte de son statut de banque de référence du secteur public local, accompagner tous les acteurs du développement des territoires : collectivités, institutionnels, bailleurs sociaux, établissements de santé ou entreprises publiques locales ;
- soutenir l'économie locale et tous ceux qui contribuent à renforcer le lien social : associations, mutuelles ou organismes de protection sociale.

L'association Groupe ESSEC

Association régie par la loi de 1901, déclarée à la Préfecture du Val d'Oise le 21 novembre 1981, sous le numéro 5566, dont le siège est situé avenue Bernard Hirsch à Cergy-Pontoise (Val d'Oise)

La Banque Postale

SA à Directoire et Conseil de Surveillance - Capital social 4 046 407 595 euros

115 rue de Sèvres - 75275 Paris Cedex 06

RCS Paris n° 421 100 645